

**PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* PADA *WEBSITE*
PENJUALAN KERAJINAN TANGAN DENGAN
METODOLOGI *DESIGN THINKING***



Disusun Oleh:

N a m a : Ichsan Averushyd Juliansyah

NIM : 17523077

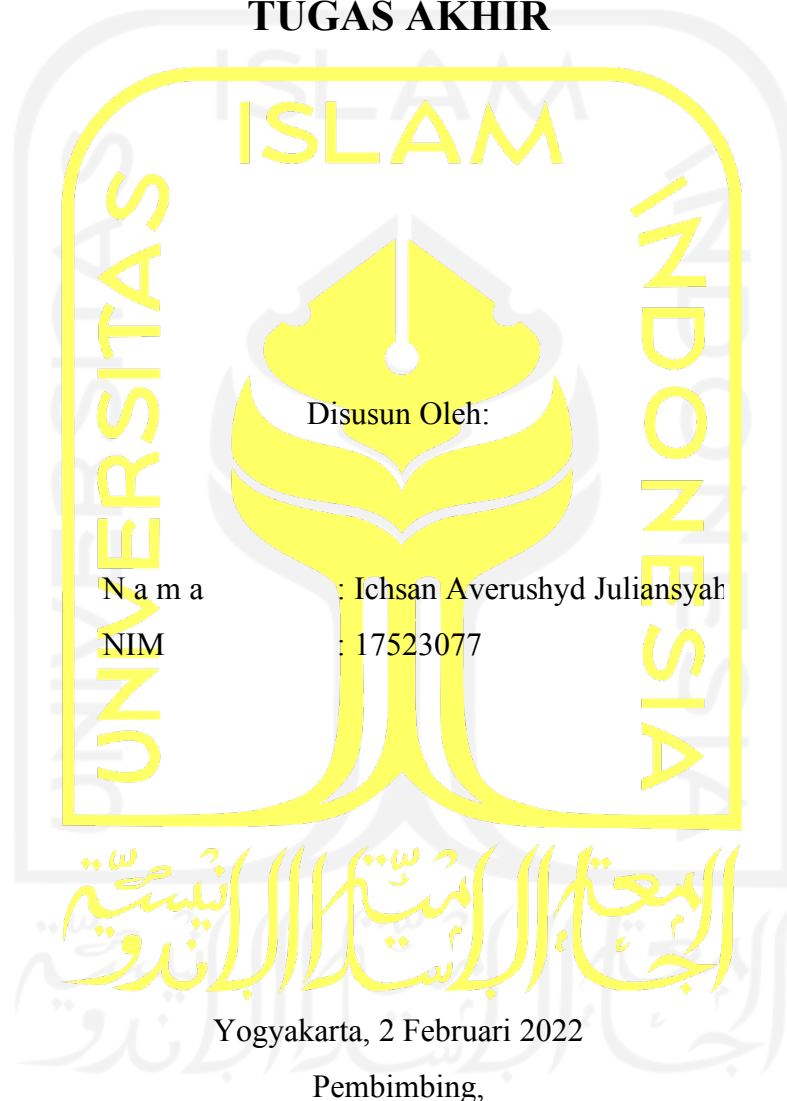
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**


2022

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* PADA *WEBSITE*
PENJUALAN KERAJINAN TANGAN DENGAN
METODOLOGI *DESIGN THINKING*

TUGAS AKHIR




(Irving Vitra Paputungan, S.T., M.Sc., Ph. D)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* PADA *WEBSITE*
PENJUALAN KERAJINAN TANGAN DENGAN
METODOLOGI *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 2 Februari 2022

Tim Penguji

Irving Vitra Papatungan, S.T., M.Sc., Ph.D

Anggota 1

Chandra Kusuma Dewa, S.Kom., M.Cs., Ph.D.

Anggota 2

Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ichsan Averushyd Juliansyah

NIM : 17523077

Tugas akhir dengan judul:

**PERANCANGAN *USER EXPERIENCE* PADA *WEBSITE*
PENJUALAN KERAJINAN TANGAN DENGAN
METODOLOGI *DESIGN THINKING***

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 2 Februari 2022

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is orange and yellow, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and the number '5447641649346080'.

(Ichsan Averushyd Juliansyah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya telah memberikan saya kekuatan dan rezeki. Atas karunia, kelancaran serta kemudahan yang diberikan, akhirnya terlaksana juga tugas akhir ini. Tak luput pula shalawat serta salam kita haturkan dan limpahkan kepada baginda kita Rasulullah Muhammad SAW.

Sebagai tanda hormat, cinta dan kasih sayang serta rasa terima kasih yang tiada hentinya, saya persembahkan tugas akhir ini kepada Ibu Nunuk dan Bapak Rahmat, yang telah memberikan semangat, doa, restu dan pengorbanan yang tiada henti-hentinya agar selalu diberikan kelancaran segala urusan dalam segala hal. Selain itu kepada kakak saya, Ahmad Fitra Avicenna yang selalu memberikan jiwa semangat yang tinggi kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Kepada adik-adik saya, Sekarayu, Dyahayu dan Muhammad Grandhi yang selalu ada untuk Ibu dan Bapak ketika saya kesulitan dalam berkomunikasi dengan mereka.

Terima kasih kepada teman-teman kuliah yang berada di dalam Program Studi Informatika maupun di luar yang selalu menyemangati saya saat mengalami kesulitan hingga membantu menemukan solusi bersama.



HALAMAN MOTO

“With the great power, comes great responsibilities”

(Uncle Ben – Spider-Man)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas segala rahmat yang diberikan oleh Allah SWT. dengan segala Maha Kebesaran-Nya, Maha Adil-Nya dan Maha Kuasa-Nya. Shalawat serta salam kita haturkan kepada baginda Nabi kita Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat-sahabat serta umat-Nya. Sehingga atas ridho Allah SWT. tugas akhir yang berjudul “Perancangan *User Experience* Pada *Website* Penjualan Kerajinan Tangan Dengan Metodologi *Design Thinking*’ dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini merupakan syarat yang harus ditempuh untuk menyelesaikan studi program sarjana, pada Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Tanpa bimbingan, dukungan, doa serta bantuan dari berbagai pihak, saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Irving Vitra Papatungan S.T., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, panduan serta waktu dan ilmunya dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Mama Nunuk dan Ayah Rahmat yang telah berjuang, mendidik, mengorbankan segalanya serta doa dan ridho yang tiada hentinya kepada saya untuk bisa mencapai penyelesaian tugas akhir ini. Sehingga rasa terima kasih dan rasa cinta kepada beliau tidak pernah saya lupakan.
5. Kepada saudara Ahmad Fitra Avicenna, Sekarayu Septia Khairunnisa, Dyahayu Amanda Nurulita dan Muhammad Grandhi Rahmatullah atas doa, dukungan dan menyempatkan waktu kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada sahabat-sahabat Alumni SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta; Bagas, Haekal, Faisal, Mirza, Rio, Ardis, Amadea, Maya, Jihan dan Naro yang selalu mendukung dan mengingatkan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada sahabat-sahabat kontrakan; Fajar, Feno, Faza, Safira, Elza, Raisha, Alm. Sabrina, Shinta, Dhiqi, Rahmat, Aqil, Luqman, Farid, Javier, Abyan, Lintang,

Gilang dan Luthfi yang selalu membawa kenangan yang indah selama menjalani masa perkuliahan ini.

8. Kepada Tim Perintisan Bisnis Cypher: Bagus, Adhin dan Aswal yang selalu mengingatkan dan membimbing penulis ketika mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas akhir ini.
9. Kepada sahabat-sahabat khusus penulis: Anisa, Via, Nuha dan Ode yang selalu berbagi cerita dan pengalaman bersama selama dan hingga kini.
10. Kepada mas Sultoni Akbar yang telah memberikan saya wejangan dan bekal di dunia pekerjaan kedepannya.
11. Kepada Tim Eugene: Kemal Tirta Maulana dan Ivanda Wahid yang selalu bersama menghadapi panas dan mendungnya situasi ketika berjuang menghadapi rintangan dalam mengerjakan tugas akhir.
12. Tak luput jua kepada diri sendiri yang telah mencapai titik terpuncak dalam masa perkuliahan ini. Tak kenal lelah, selalu tertawa dan mencoba tidak membawa masalah pribadi kepada lingkungannya.

Dengan ini semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat dan kepada Program Studi Informatika. Terdapat keluputan hingga kesalahan dalam penyusunan tugas akhir ini, sehingga penulis membuka ruang lebar dengan menerima sebuah kritik dan saran yang dapat memberikan manfaat kepada pembaca. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 2 Februari 2022



Ichsan.

(Ichsan Averushyd Juliansyah)

SARI

Handicraft merupakan produk karya kerajinan yang dibuat oleh pengrajin. Dalam penjualannya, calon pembeli masih kesulitan dalam mencari produk tersebut, baik dari jejaring sosial hingga *website*. Apalagi informasi yang diberikan masih berupa gambar atau foto serta komentar dari orang lain. JavaHands merupakan *e-commerce* dengan fokus menjualkan produk *handicraft* asli dari buatan tangan masyarakat Indonesia terutama produk dari kota Yogyakarta dengan berbasis *website*. *User Experience* (UX) merupakan suatu komponen utama dalam merancang sebuah pengembangan *e-commerce* hingga merancang sebuah tampilan desain *User Interface* (UI). Dalam artikel ini menerangkan bagaimana UI/UX dirancang dengan metode *Design Thinking*. Terdapat 5 (lima) tahap untuk menggunakan metode *Design Thinking* yaitu *emphaty*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*. Dengan metode *Design Thinking* dalam pembuatan *e-commerce*, dihasilkanlah sebuah *website* JavaHands yang sesuai dengan pengalaman, keinginan serta kebutuhan *user* atau pengguna.

Kata kunci: *E-commerce*, *Website*, *Handicraft*, *Prototype*, *User Experience*, *Design Thinking*.

GLOSARIUM

<i>E-commerce</i>	Proses bisnis di dalam jaringan computer melalui <i>internet</i> .
<i>Website</i>	Sebuah alamat (URL) berupa kumpulan halaman menjadi tempat penyimpanan teks atau gambar atau gabungan dari semuanya dengan topik tertentu.
<i>User Interface</i>	Desain antarmuka dengan menentukan kenyamanan pada <i>website</i> saat <i>user</i> menggunakannya.
<i>User Experience</i>	Desain alur yang menjadikan pengalaman <i>user</i> sebagai tolak ukur dalam merancang sebuah <i>website</i> .
<i>User Flow</i>	Proses untuk mengidentifikasi apa yang pengguna dapat lakukan di dalam sistem.
<i>Wireframe</i>	Rancangan antarmuka yang digunakan sebagai dasar dari pembuatan purwarupa.
<i>Prototype</i>	Gambaran atau rancangan awal pada sistem sebelum direalisasikan pada sistem yang sebenarnya.
<i>Design Thinking</i>	Pendekatan yang dirangkap secara tertata untuk menciptakan sebuah ide baru yang dapat memecahkan suatu masalah.
<i>Usability Testing</i>	Pendekatan alat ukur untuk mengetahui tingkatan kemudahan dan pengalaman <i>user</i> ketika menggunakan <i>website</i> .

DAFTAR ISI

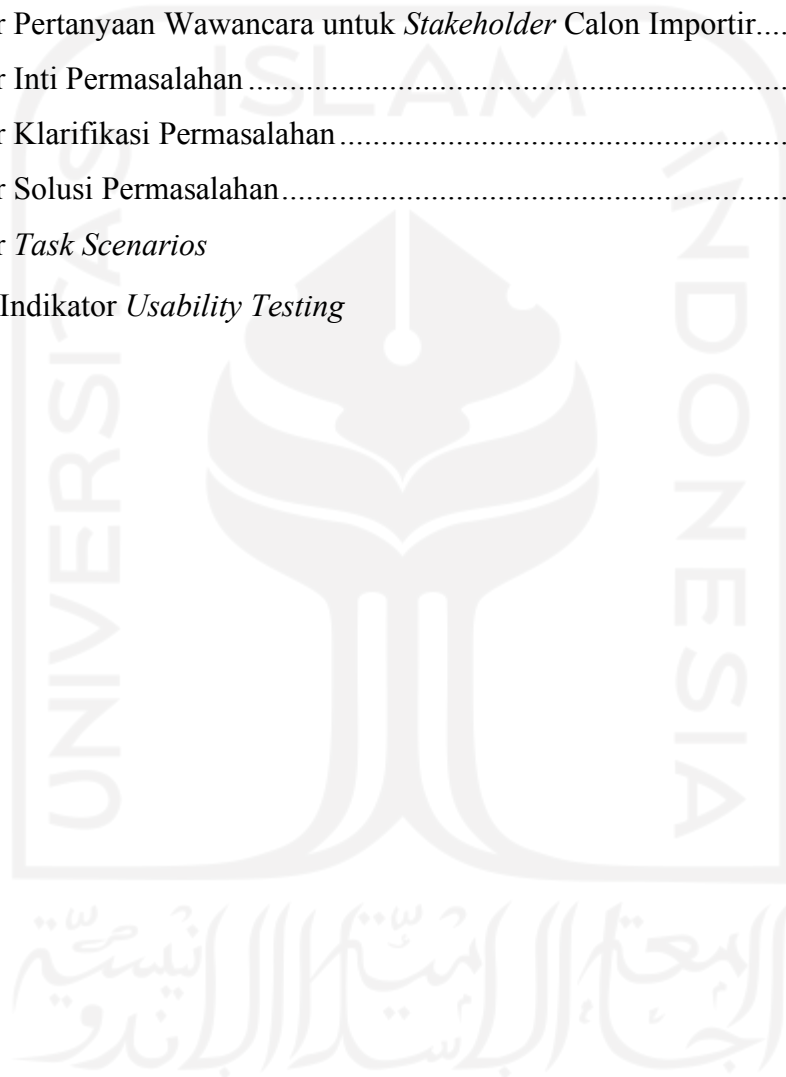
PERANCANGAN <i>USER EXPERIENCE</i> PADA <i>WEBSITE</i> PENJUALANAN KERAJINAN TANGAN DENGAN METODOLOGI <i>DESIGN THINKING</i>	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
SARI	ix
GLOSARIUM	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.6 Metodologi.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 <i>Website</i>	5
2.2 <i>User Interface</i>	5
2.3 <i>User Experience</i>	5
2.4 <i>Site Map</i>	6
2.5 <i>User Flow</i>	6
2.6 <i>Wireframe</i>	6
2.7 <i>Design Thinking</i>	7
2.8 <i>Empathy Map</i>	9
2.9 <i>Personas</i>	9
2.10 <i>Usability Testing</i>	10

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	12
3.1 <i>Empathy</i>	12
3.2 <i>Define</i>	17
3.3 <i>Ideate</i>	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 <i>Prototype</i>	34
4.2 <i>Testing</i>	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>likert scale</i>	11
Tabel 2.2 Akumulasi Hasil Pengujian Dengan <i>likert scale</i>	11
Tabel 3.1 Kriteria Calon Ekspertir	13
Tabel 3.2 Kriteria Calon Importir.....	13
Tabel 3.3 Tabel Pertanyaan Wawancara untuk <i>Stakeholder</i> Calon Ekspertir	14
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk <i>Stakeholder</i> Calon Importir.....	15
Tabel 3.5 Daftar Inti Permasalahan	16
Tabel 3.6 Daftar Klarifikasi Permasalahan	20
Tabel 3.7 Daftar Solusi Permasalahan	21
Tabel 4.1 Daftar <i>Task Scenarios</i>	39
Tabel 4.2 Hasil Indikator <i>Usability Testing</i>	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penghasil Ide	8
Gambar 2.2 <i>Template Empathy Map</i>	9
Gambar 3.1 Wawancara <i>Stakeholder</i> menggunakan <i>Clubhouse</i>	15
Gambar 3.2 <i>Empathy Map</i> Fakhri	16
Gambar 3.3 <i>Empathy Map</i> Saila.....	17
Gambar 3.4 <i>Personas</i> Orchid.....	18
Gambar 3.5 <i>Personas</i> Sydney	18
Gambar 3.6 <i>Personas</i> Fakhri.....	19
Gambar 3.7 <i>Personas</i> Ana	19
Gambar 3.8 <i>Personas</i> Saila.....	20
Gambar 3.9 <i>Site Map</i> Pada JavaHands	22
Gambar 3.10 <i>Site Map Home Page</i> Pada JavaHands	23
Gambar 3.11 <i>Site Map Product Page</i> Pada JavaHands.....	23
Gambar 3.12 <i>Site Map About Us Page</i> Pada JavaHands.....	24
Gambar 3.13 <i>Site Map Dashboard</i> Pada JavaHands.....	24
Gambar 3.14 <i>User Flow</i> Mencari, Memilih serta Membeli Produk <i>Handicraft</i>	25
Gambar 3.15 <i>User Flow</i> Memberikan Ulasan dan Penilaian Pada Produk <i>Handicraft</i>	26
Gambar 3.16 <i>User Flow</i> Pembayaran dan Pengiriman Pada Produk <i>Handicraft</i>	26
Gambar 3.17 <i>User Flow</i> Admin ketika menggunakan <i>Dashboard</i> JavaHands	27
Gambar 3.18 <i>Wireframe Home Page</i>	28
Gambar 3.19 <i>Wireframe Product Page</i>	29
Gambar 3.20 <i>Wireframe About Us Page</i>	30
Gambar 3.21 <i>Wireframe Product Details Page</i>	31
Gambar 3.22 <i>Wireframe Categories Product Page</i>	31
Gambar 3.23 <i>Wireframe Payment Page</i>	32
Gambar 3.24 <i>Wireframe Dashboard Page</i>	33
Gambar 4.1 <i>Prototype Home Page</i>	34
Gambar 4.2 <i>Prototype Product Page</i>	35
Gambar 4.3 <i>Prototype Cart & Checkout Page</i>	36
Gambar 4.4 <i>Prototype About Us Page</i>	36
Gambar 4.5 <i>Prototype Dashboard Page</i>	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai kota pariwisata bagi seluruh warga Indonesia, bahkan warga asing pun ikut berlibur ke kota tersebut. Dengan peninggalan sejarahnya, Yogyakarta menjadi provinsi yang istimewa karena meninggalkan berbagai macam kesenian dan kebudayaan seperti artefak, wisata alam, kegiatan acara, serta kerajinan (Mega, 2003) sehingga wisatawan yang datang berkunjung untuk menikmati liburan dan mempelajari sejarahnya. Sebelum meninggalkan kota Yogyakarta pun wisatawan ingin membawa buah tangan atau *souvenir* yang khas, seperti kerajinan tangan yang dimiliki kota tersebut. Mulai dari pakaian, alat-alat dapur, furnitur, aksesoris, hingga mainan untuk anak-anak yang unik. Kerajinan tangan menjadi salah satu *souvenir* yang paling diminati karena memiliki multi-fungsi yang beragam mulai dari esensi, edukasi, ekonomi serta keelokannya (estetis). Kerajinan tangan atau biasa disebut kriya merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang pandai mengolah bahan baku menjadi suatu barang atau produk (Sumanto et al., 2017). Kerajinan tangan juga menjadi salah satu perdagangan yang memberikan keuntungan terhadap peningkatan budaya hingga sumber pembangunan berkelanjutan di sektor ekonomi bagi negara.

Manfaat yang diberikan dari perdagangan kerajinan tangan salah satunya dapat meningkatkan pada sektor ekonomi terhadap negara dengan mendistribusikannya ke perdagangan luar negara atau eksportir. Singapura dan Malaysia menjadi tujuan ekspor dalam sektor kerajinan tangan terbesar dari negara ASEAN dalam rentang waktu 2017-2020 dengan diikuti Thailand, Filipina dan Vietnam (International Trade Center, 2021).

Terhitung ekspor kerajinan tangan Indonesia terhadap 5 negara ASEAN memiliki minat yang banyak dalam selang waktu tahun 2017 hingga tahun 2020. Dari total 5 negara tersebut, barang yang diekspor pada tahun 2017 berjumlah 836 juta US Dollar, pada tahun 2018 mengalami penurunan hingga 150 juta US Dollar, namun tahun 2019 jumlah barang yang diekspor memiliki peningkatan yang pesat dengan total jumlah 524 juta US Dollar, dan di tahun 2020 senilai 924 juta US Dollar (International Trade Center, 2021). Meski penjualan ekspor kerajinan tangan terdapat penurunan jumlahnya pada tahun 2018, namun pada tahun selanjutnya mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa setiap

negara ini memiliki hasrat yang sama terhadap produk kerajinan tangan yang dibuat oleh negara Indonesia.

Namun dari ke-5 negara ASEAN tersebut, Singapura dan Malaysia mendasari nilai jumlah pengimpor terbesar dari produk kerajinan tangan dibandingkan dengan Thailand, Filipina dan Vietnam, walaupun nilai jumlahnya meningkat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis memberikan solusi pembuatan *website* JavaHands dilakukan karena dianggap menjadi solusi yang paling tepat, karena JavaHands akan menjadi penghubung antara perdagangan Internasional dengan pengrajin kerajinan tangan secara langsung. JavaHands adalah *website* yang membantu memperjualkan barang atau produk kerajinan tangan oleh pengrajin Indonesia ke perdagangan Internasional atau eksportir. Hadirnya JavaHands harapannya dapat memakmurkan pengrajin kerajinan tangan.

Perancangan tampilan *User Experience* menjadi fokus penting pada *website* JavaHands hingga menjadi tampilan desain antarmuka (*User Interface*), karena dengan alur serta tampilan terhadap tampilan antarmuka *website* menjadi faktor utama untuk kemudahan pemakaian pada calon pengguna. Perancangan tersebut menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang merupakan pendekatan dengan menajamkan fokus serta memahami pada pengalaman dan kebutuhan pengguna untuk memecahkan sebuah masalah menjadi solusi yang dikembangkan menjadi ide inovasi (Amalina et al., 2017). Dalam pendekatan *Design Thinking* terdapat 5 tahap yang perlu dilakukan yaitu *empathy*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*. Pertimbangan dalam penggunaan pendekatan ini agar *website* yang dibuat hingga dijalankan sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan terhadap calon pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang digunakan adalah bagaimana merancang *User Experience* dengan pendekatan *Design Thinking* pada *website* penjualan kerajinan tangan JavaHands.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tidak melebar dan pendekatan penyelesaian solusi fokus dalam pembahasan, maka isi batasan masalah adalah:

- a. JavaHands hanya dirancang dalam bentuk *website* (*desktop*).
- b. Produk yang dijual hanya barang kerajinan kota Yogyakarta.
- c. Penelitian hanya merancang *User Experience*, tidak mencapai pengembangan sistem.

1.4 Tujuan

Tujuan utama dalam penelitian ini dengan pendekatan *Design Thinking* merancang *User Experience* pada *website* penjualan kerajinan tangan JavaHands agar dapat memudahkan *user* dalam penggunaan *website* dengan pendekatan *Design Thinking*.

1.5 Manfaat

Manfaat pada penelitian ini adalah:

- a. Memakmurkan pengrajin kerajinan tangan dengan memperkenalkan produk asli buatan karya kota Yogyakarta pada luar negeri.
- b. Menyediakan wadah bagi pengrajin kerajinan tangan untuk memasarkan produk mereka ke perdagangan Internasional.
- c. Memaksimalkan interaksi pengguna terhadap *website* JavaHands hingga mudah dipahami.

1.6 Metodologi

Dalam perancangan *website* JavaHands, penulis menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Terdapat 5 (lima) tahap dalam melakukan pendekatan ini (Amalina et al., 2017), yaitu:

1.6.1 *Empathy*

Tahap pertama penulis melakukan empati terhadap *user* untuk mendapatkan nilai-nilai dasar permasalahan yang akan dijadikan tujuan utama dalam pembangunan *website* JavaHands.

1.6.2 *Define*

Tahap kedua dilakukan setelah memahami dan mengumpulkan analisis dari tahap *empathy*, penulis menajamkan fokus permasalahan dengan menemukan solusi dan inovasi terhadap pengrajin dan *user* yang akan dipakai.

1.6.3 *Ideate*

Tahap ketiga penulis dipaksa untuk menjadi lebih kreatif untuk mengumpulkan berbagai ide yang tak terbatas yang kedepannya dijadikan sebagai solusi terhadap sebuah masalah.

1.6.4 *Prototype*

Tahap keempat penulis membangun suatu perancangan purwarupa sebagai solusi terhadap keinginan dan kebutuhan pengguna.

1.6.5 *Testing*

Tahap kelima penulis melakukan evaluasi terhadap desain yang telah dibuat. Evaluasi ini menggunakan pendekatan *Usability Testing* dan pengujian untuk pengguna yang berbeda karakteristik.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penelitian ini memiliki lima bab dan di dalamnya terdapat sub-bab yang dapat memudahkan pembahasan dan penyampaian. Berikut uraian kelima bab tersebut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi penjelasan dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan metodologi pada *website* JavaHands serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua berisi penjelasan tentang landasan teori dan istilah yang digunakan pada penulisan tugas akhir untuk merancang desain *website* JavaHands

BAB III METODOLOGI

Bab tiga berisi penjelasan tentang pendekatan yang digunakan dan tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam merancang desain *website* JavaHands.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi tentang hasil pengembangan dari pendekatan yang digunakan serta pembuatan tentang *user flow*, *site map*, *wireframe*, *prototyping*, *usability testing* hingga analisis *feedback* pengujian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima menjelaskan kesimpulan dari pelaksanaan seluruh kegiatan perancangan desain, dan saran mengenai perancangan bagi penulis berikutnya agar antarmuka yang dibuat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber bagi penulis yang dijadikan referensi penulisan laporan tugas akhir ini.

LAMPIRAN

Lampiran berisi gambar terkait kegiatan yang dilakukan penulis untuk pembuatan laporan tugas akhir ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Website

Website adalah sebuah alamat (URL) yang memiliki kumpulan halaman yang menjadi tempat penyimpanan dan menampilkan data informasi yang berisi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya dengan topik tertentu (Arif & Mukti, 2017).

2.2 User Interface

User Interface memiliki berbagai macam pengertian,

- a. *User Interface* adalah suatu aspek visual yang menjadi bagian terpenting dalam pengembangan produk multimedia yang dituju oleh pengguna. Dalam aspek visual disebut bagus apabila dapat berfungsi dengan baik, tidak hanya aspek estetik saja. (Wandah & Rahina, 2018).
- b. *User Interface* merupakan salah satu bagian dari program yang saling bersentuhan dan berinteraksi langsung dengan *user* (Razi et al., 2018).
- c. *User Interface* mempunyai peran penting dalam efektivitas dalam suatu sistem informasi dengan tujuan agar pengguna mudah menggunakannya (Yunus, 2014).

Dari penjelasan tersebut, *User Interface* atau biasa disebut UI adalah sebuah desain antara pengguna dan sistem informasi dengan mencantumkan pemilihan warna, tipografi dan *layouting* pada komponen-komponen yang sudah dibuat yang menentukan kenyamanan pada *website* saat *user* menggunakannya. Dalam aspek visual, *User Interface* tidak hanya membahas tentang aspek estetik, namun *User Interface* disebut bagus apabila memiliki aspek fungsi yang bekerja dengan baik.

2.3 User Experience

- a. *User Experience* adalah sebuah proses pembuatan desain produk yang memberikan pengalaman berarti dan relevan bagi pengguna dengan memberikan desain, kegunaan dan fungsi yang baik untuk pengalaman yang interaktif (Galuh et al., 2018).
- b. *User Experience* menjadi tolak ukur dalam kenyamanan bagi pengguna dalam perancangan sebuah aplikasi atau produk (Henim & Sari, 2020).

Sebelum membuat *website* dari *User Experience* (UX) perlu dilakukannya pencarian permasalahan/fakta yang masyarakat inginkan kemudian menentukan solusi yang ingin diselesaikan yang pada akhirnya dapat menentukan kebutuhan mereka. Sehingga *User Experience* menjadi kunci kesuksesan dari pembuatan sebuah antarmuka hingga menjadi aplikasi dengan memfokuskan kepada kebutuhan dan emosi pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi tersebut.

2.4 Site Map

Site Map merupakan fitur yang dapat membantu terhadap *user* dalam menavigasi halaman *website* dengan menemukan informasi yang tersedia dengan mudah dan nyaman (Manhas, 2014). Dengan adanya *Site Map* dalam perancangan *website* dapat membantu *user* untuk menemukan halaman yang diperlukan dan tidak membiarkan terlupa. Dengan demikian, adanya *Site Map* juga dapat meningkatkan kemampuan *user* dalam berinteraksi dengan sistem.

2.5 User Flow

Alur pengguna atau biasa disebut *User Flow* merupakan proses untuk mengidentifikasi apa yang pengguna dapat lakukan di dalam sistem (Winarsih & Kurniawan, 2020). Pemahaman dalam menciptakan *User Flow* sebaiknya berfokus pada kebutuhan *user*. Semakin baik alur penggunaannya dari awal sampai akhir pada proses tertentu, semakin mudah produk tersebut dapat bekerja. Oleh karena itu desain *website* sebaiknya dapat memudahkan bagi *user* dalam melakukan kegiatan terhadap *website*.

Alur pengguna atau biasa disebut *User Flow* merupakan urutan alur pada sistem yang akan dilakukan oleh *user* terhadap aplikasi atau *website* (Winarsih & Kurniawan, 2020). Untuk menciptakan sebuah *User Flow*, fokus terhadap pemahaman kebutuhan *user* menjadi syarat penting agar sebuah *website* dapat bekerja dengan alur yang tepat, baik dan mudah. Oleh karena itu desain *website* yang baik akan menghadirkan *User Experience* yang luar biasa dan hebat (Sutanto, 2018).

2.6 Wireframe

Wireframe adalah rancangan antarmuka yang digunakan sebagai dasar dari pembuatan purwarupa dengan penyempurnaan berbagai interaksi yang lebih nyata (Galuh et al., 2018). *Wireframe* dibuat berdasarkan hasil dari segmentasi pengguna yang dituju, setelah itu membuat gambaran kasar dengan membuat *layouting* komponen apa saja yang dibutuhkan setiap

halaman sebelum membuat visual desain UI. Dalam pembuatannya pun tidak perlu memerhatikan segi warna dan tipografi.

2.7 Design Thinking

Design thinking adalah pendekatan atau strategi yang dirangkap secara tertata untuk mengumpulkan sekaligus menciptakan sebuah ide-ide baru yang dapat memecahkan suatu masalah (Prabowo, 2020). Untuk menciptakan sebuah solusi diawali dengan proses empati terhadap kebutuhan manusia (*human centered*). Maka tak heran, jika pendekatan tersebut erat kaitannya dengan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dan *Human Centered Design* (HCD) karena konsentrasi untuk menciptakan solusi berpusat pada manusia.

Menurut (Amalina et al., 2017) terdapat 5 tahapan dalam pendekatan *design thinking* yang memungkinkan untuk mencapai keragaman yang inovatif.

a. *Empathy*

Pendekatan *Design Thinking* hampir mirip dengan pendekatan *Human Centered Design* dengan menekankan pada aspek nilai-nilai manusia sebagai pengguna itu sendiri. Dengan kata lain, tahap ini bertujuan untuk mendapatkan nilai-nilai dasar permasalahan yang dijadikan inti dari kegiatan yang akan dijadikan produk. Untuk tahapan ini (Razi et al., 2018) mengatakan, *designer* perlu menempatkan diri sebagai pengguna (user) dan melakukan percobaan memahami apa yang orang-orang rasakan, seperti pengalaman, emosi, situasi dan kondisi pengguna.

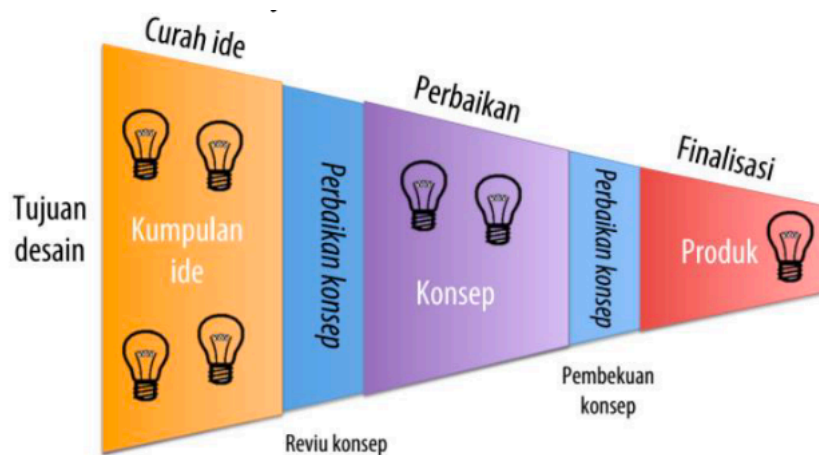
b. *Define*

Setelah memahami dan mengumpulkan nilai-nilai kemanusiaan dari tahap *empathy*, selanjutnya adalah mendefinisikan kebutuhan dari hasil empati pada tahap awal (*problem statement*). Dalam proses ini, pengumpulan ide berguna untuk menciptakan dan mengembangkan fitur yang dapat menjadi solusi atas permasalahan yang ada. Dengan dilaksanakannya proses tersebut, maka penulis akan membuat sebuah aktifitas riset yang merupakan tujuan utama untuk pembuatan sebuah fitur yang mudah dipahami dan jelas.

c. *Ideate*

Ideate adalah tahap untuk mengembangkan ide atau bisa disebut *brainstorming*. *Brainstorming* adalah sekumpulan orang atau kelompok yang menyuarakan berbagai ide tak terbatas dan dikumpulkan untuk mencari sebuah solusi yang kreatif untuk penyelesaian tertentu.

Pada proses ini *designer* akan membentuk sekian banyak ide dengan membuat *site map*, *user flow* dan *wireframe* yang di dalamnya menampilkan suatu alur penggunaan, gambaran, komponen dan elemen pada *website* dengan maksud untuk dijadikan sebuah solusi terhadap masalah. Pada tahap ini pun *designer* dipaksa untuk menjadi kreatif dengan merumuskan berbagai macam ide.



Gambar 2.1 Penghasil Ide
Sumber : (Amalina et al., 2017)

d. *Prototype*

Prototype atau biasa disebut purwarupa atau arketipe dalam Bahasa Indonesia adalah bentuk awal atau standar ukuran dari sebuah model. Purwarupa adalah versi awal dari suatu produk yang belum *final* untuk gambaran membangun produk akhir yang diinginkan (Novreza Ridwansyah, 2018a). Purwarupa sebaiknya dibentuk terlebih dahulu sebelum dikembangkan atau hingga pembuatan *final design* yang akan digunakan oleh *user*.

Dalam proses ini dikenal juga dengan prinsip *fail quickly* agar dapat mengetahui kegagalan secepat mungkin. Prinsip tersebut sangat penting untuk menentukan langkah selanjutnya dan menentukan kesalahan yang ada tanpa harus menunggu lama dalam pengerjaan hal yang tidak diperlukan.

e. *Testing*

Testing adalah tahapan yang dilakukan setelah menyelesaikan tahap *prototype* dengan tujuan untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna, sehingga dengan umpan balik tersebut akan mendapatkan kesempatan untuk bisa mengerti lebih dalam lagi dari *user* dan mendapat hasil yang maksimal.

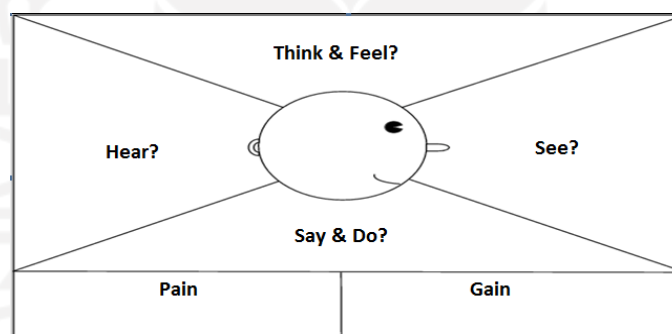
Prototype yang sudah dikerjakan akan diuji coba dengan cara mempresentasikannya kepada *user* sehingga *user* dapat merasakan langsung dari produk yang sudah *final*.

2.8 *Empathy Map*

Empathy Map merupakan rancangan model bisnis dengan memahami kekhawatiran, perilaku dan aspirasi terhadap *user* dalam proses pengembangannya (Ferreira et al., 2015). Fokus dalam pengembangan ini adalah memahami bagaimana cara sudut pandang *user* ketika melihat dunia. Dari pemahaman tersebut, bisa disimpulkan bahwa perubahan kecil yang telah dirancang dapat berdampak besar kepada *user* itu sendiri.

Model tampilan *Empathy Map* berbentuk visual desain. Gambar dibawah merupakan model tampilan *Empathy Map*. Terdapat 4 daerah yang berbeda diantaranya:

- See* : Apa yang mereka lihat pada sekelilingnya.
- Say and Do* : Apa yang mereka katakan dan berperilaku kepada publik.
- Think and Feel* : Apa yang mereka khawatirkan.
- Hear* : Bagaimana lingkungan memengaruhi mereka.



Gambar 2.2 *Template Empathy Map*

Sumber : (Ferreira et al., 2015)

Empathy Map memberikan manfaat dalam merangkai sebab akibat yang dirasakan oleh *user* menjadi lebih lengkap dan utuh. Sehingga dengan adanya *Empathy Map* dapat membuat sebuah *Personas*.

2.9 *Personas*

Personas merupakan representasi dari sasaran perilaku pribadi yang bersifat fiktif (Miaskiewicz & Kozar, 2011). Dasar dalam pembuatan *Personas* dilakukan dalam tahap analisis yang dituju kepada kebutuhan karakter pribadi untuk mendapatkan hasil tinjauan (Novreza Ridwansyah, 2018b).

2.10 Usability Testing

Usability Testing merupakan suatu pendekatan alat ukur untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemudahan dan pengalaman bagi *user* ketika menggunakan *website* untuk pertama kalinya

Usability Testing merupakan pendekatan alat ukur bagi *user* ketika menggunakan *interface* pada *website* untuk pertama kali, sehingga hasil yang didapat berupa perolehan data berdasarkan tingkat pengalaman dan kemudahan (Hidayat et al., n.d.). Untuk melakukan perolehan data, maka perlu dilakukan *task scenarios* dengan tujuan untuk mengarahkan *user* saat menggunakan *website*. *Task scenarios* merupakan kumpulan tugas yang berisi panduan dan wajib dituntaskan oleh responden saat mengaplikasikan suatu *website* (Sabandar & Santoso, 2018).

Untuk melakukan *Usability Testing*, terdapat 4 indikator yang perlu diterapkan. Berikut merupakan indikator untuk mengerjakan *Usability Testing*:

- a. Efektifitas
- b. Efisiensi
- c. Akurasi
- d. *User Friendly*

Menurut (Muharam, 2021), untuk mengukur sebuah pengujian *Usability Testing*, digunakan persamaan untuk menghitung berapa persen *Usability* yang tepat. Berikut persamaan dalam *Usability* per indikator.

$$Usability \text{ per Indikator} = \frac{\text{Jumlah skor per indikator}}{\text{Skor maksimum per indikator}} \cdot 100\% \quad (2.1)$$

Perhitungan instrument *likert scale* digunakan untuk perhitungan dalam mengukur tingkat *Usability Testing*. Berikut merupakan Tabel yang memuat skala *likert scale*.

Tabel 2.1 *likert scale*

Sumber : (MUHARAM, 2021)

Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Akumulasi dari hasil pengujian dengan *likert scale* akan dikelompokan dalam Tabel berikut.

Tabel 2.2 Akumulasi Hasil Pengujian Dengan *likert scale*

Sumber : (MUHARAM, 2021)

Skala	Keterangan
0%-25%	Segera dievaluasi
26%-50%	Evaluasi
51%-75%	Cukup
76%-100%	Baik

Dari akumulasi hasil pengujian dengan *likert scale*, hasil indikator yang telah diujikan dapat ditentukan dengan nilai minimum sebesar 75%. Dimana indikator pengujian dengan nilai 75% atau lebih dapat diterima hasil akumulasi tersebut.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan pembahasan pendekatan dan perancangan dengan *Design Thinking*. Dalam pendekatan *design thinking*, penulis merancang dan membantu dengan melakukan pencarian solusi yang menjadikan manusia (*human centered*) sebagai pemecahan suatu masalah untuk menciptakan sebuah inovasi yang menarik dan kreatif dengan memadukan antara kebutuhan masyarakat, teknologi, dan pencapaian bisnis.

Berdasarkan pendekatan *design thinking*, penulis melakukan tahap *empathy* dimulai dari observasi, wawancara hingga pembuatan *empathy map*. Setelah dirasa sudah mengetahui dan mendapatkan hasil dari *user*, masuk pada tahap *define* dengan mendefinisikan hasil *empathy* dengan menajamkan fokus terhadap inti dari permasalahan agar lebih jelas. Kemudian masuk pada tahap *ideate* dengan mengumpulkan ide-ide dan solusi dari masalah yang didapatkan.

3.1 *Empathy*

Empathy merupakan tahap awal dalam pendekatan *Design Thinking*. Dalam tahap ini diperlukan mengesampingkan pemikirannya untuk lebih fokus dalam memahami kebutuhan, keinginan dan pengalaman dari pengguna. Sebab, dengan memfokuskan ide dan pengalaman dari pengguna akan mendapatkan pemahaman, wawasan dan permasalahan yang mendalam. Dengan peluang tersebut untuk melakukan empati pada calon pengguna, anggota tim yang berperan sebagai *hustler* dan *hipster* perlu melakukan tahapan diantaranya observasi, wawancara dan *emphaty map*.

3.1.1 Observasi

Observasi dilakukan dua kali oleh anggota tim *hustler* dan *hipster* untuk mengetahui permasalahan dari sisi eksportir atau pengrajin kerajinan tangan dan dari sisi calon pembeli dari luar negeri atau importir. Berikut Tabel 3.1 merupakan hasil observasi kriteria *stakeholder* yang telah ditentukan oleh *hustler* dan yang akan dilakukan.

Tabel 3.1 Kriteria Calon Eksportir

No	Kriteria Calon Eksportir
1	Pria atau wanita yang berkaitan dengan kegiatan ekspor dan atau industri kerajinan tangan
2	Pelaku pengrajin kerajinan tangan berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya
3	Sedang mencari atau sudah pernah melakukan cara untuk melakukan ekspor produknya
4	Mengerti dalam penggunaan teknologi digital

Tabel 3.2 Kriteria Calon Importir

No	Kriteria Calon Importir
1	Pria atau wanita yang berprofesi sebagai importir
2	Tidak berasal dari Indonesia
3	Tertarik atau sedang mencari cara atau pernah membeli produk dari Indonesia (impor)
4	Mengerti dalam penggunaan teknologi digital

Dari observasi yang telah dilakukan oleh *hustler* dan *hipster* dapat menentukan pengguna yang sering mengalami masalah tersebut. Hasil tersebut dapat disimpulkan yaitu pengguna yang memiliki kebiasaan dalam berbelanja online dan meminati produk *handicraft*. Untuk spesifikasi yang lebih jelas, penulis telah memutuskan untuk menggunakan pendekatan *Design Thinking* karena target calon pengguna memiliki sifat yang global. Setiap pengguna yang melakukannya memiliki pengalaman dan keinginan yang sangat berbeda. Dengan uraian kriteria terhadap *stakeholder* tersebut dirancanglah sebuah daftar pertanyaan yang akan digunakan pada calon pengguna pada proses wawancara

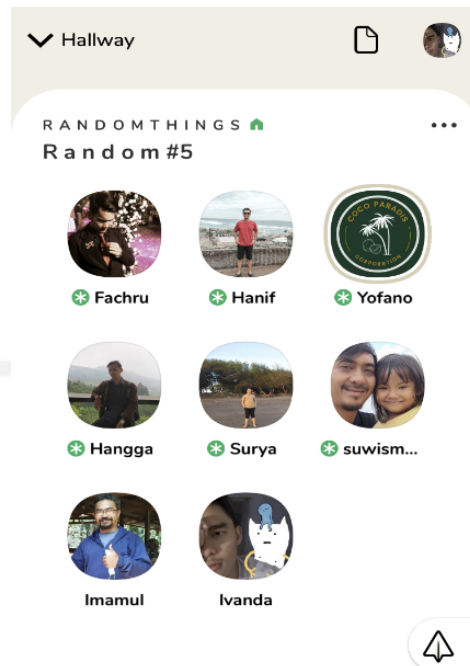
3.1.2 Wawancara

Wawancara adalah suatu proses tanya-jawab secara langsung atau daring yang dilakukan antara dua orang atau lebih. Secara garis besar, wawancara tidak terstruktur yaitu dengan berinteraksi yang mengikutsertakan dua orang atau lebih sebagai pembicara dan rekan pembicara, baik yang bersifat satu atau dua arah (Musyawir, 2019). Formasi wawancara yang dilakukan adalah tak terstruktur yang serupa dengan obrolan bebas dan santai. Berikut daftar pertanyaan yang akan digunakan pada calon pengguna sesuai dengan kriteria yang telah diobservasi.

Tabel 3.3 Tabel Pertanyaan Wawancara untuk *Stakeholder* Calon Eksportir

No	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk <i>Stakeholder</i> Calon Eksportir
1	Apakah anda bekerja untuk membuat kerajinan tangan atau pada industri kerajinan tangan?
2	Bagaimana penjualan produk kerajinan tangan akhir-akhir ini?
3	Bagaimana cara anda memasarkan produk tersebut?
4	Apakah anda pernah melakukan kegiatan ekspor dengan produk yang anda buat?
5	Apakah anda mengetahui adanya <i>website</i> yang menjual produk kerajinan tangan ke luar negeri?
6	Jika ada, apa kelebihan dan kekurangan dari <i>website</i> tersebut?
7	Bagaimana jika terdapat <i>website e-commerce</i> yang dapat membantu anda untuk memasarkan produk kerajinan tangan anda ke luar negeri?
8	Apakah perlu adanya penjualan produk kerajinan tangan dengan <i>website</i> ?
9	Jika iya, apakah desain dari <i>website</i> penjualan produk kerajinan tangan tersebut penting?
10	Jika anda sudah pernah memakai <i>website</i> tersebut, fitur apa yang anda butuhkan?
11	Apa yang anda harapkan dari <i>website</i> penjualan kerajinan tangan jika bekerja sama dengan anda?

Pada wawancara pertama dilakukan dengan mewawancarai tujuh orang eksportir atau pengerajin kerajinan tangan yang berdomisili di Yogyakarta dan sekitarnya pada tanggal 13 Oktober 2021 dengan aplikasi *Clubhouse*. *Clubhouse* merupakan aplikasi obrolan audio bagi pengguna tertentu untuk berdiskusi tentang berbagai macam topik yang menarik. Sebelum memulai tahap wawancara, penulis memberikan berbagai macam pilihan untuk proses wawancara, namun *stakeholder* lebih memilih untuk menggunakan *Clubhouse*. Sehingga penulis dan para *stakeholder* menyetujui menggunakan *Clubhouse*.



Gambar 3.1 Wawancara *Stakeholder* menggunakan *Clubhouse*

Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk *Stakeholder* Calon Importir

No	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk <i>Stakeholder</i> Calon Importir
1	Do you ever bought or imported products from Indonesia?
2	Do you ever heard about Indonesian <i>handicraft</i> products that have high on culture value?
3	Are you interested to buy or import the <i>handicraft</i> products from Indonesia to your country?
4	What if there is a <i>website</i> that sells <i>handicraft</i> products from Indonesia?
5	Do you know one of them?
6	What are the advantage and disadvantage of that <i>website</i> ?
7	What feature that you want from this <i>website</i> ?
8	What make you feel safe when shopping on a <i>website</i> ?

Wawancara kedua dilakukan oleh *hustler* dengan mewawancarai lima orang calon pembeli dari luar negeri diantaranya berasal dari Amerika Serikat, Swedia, Australia, Malaysia serta Singapura. Wawancara dilakukan menggunakan bahasa Inggris dikarenakan lokasi para calon pengguna merupakan orang luar negara Indonesia, sehingga dengan menggunakan bahasa Inggris dapat membuka peluang untuk mendapatkan informasi dan mengetahui perbedaan kebutuhan, keinginan serta budaya antara orang Indonesia maupun maupun luar negeri.

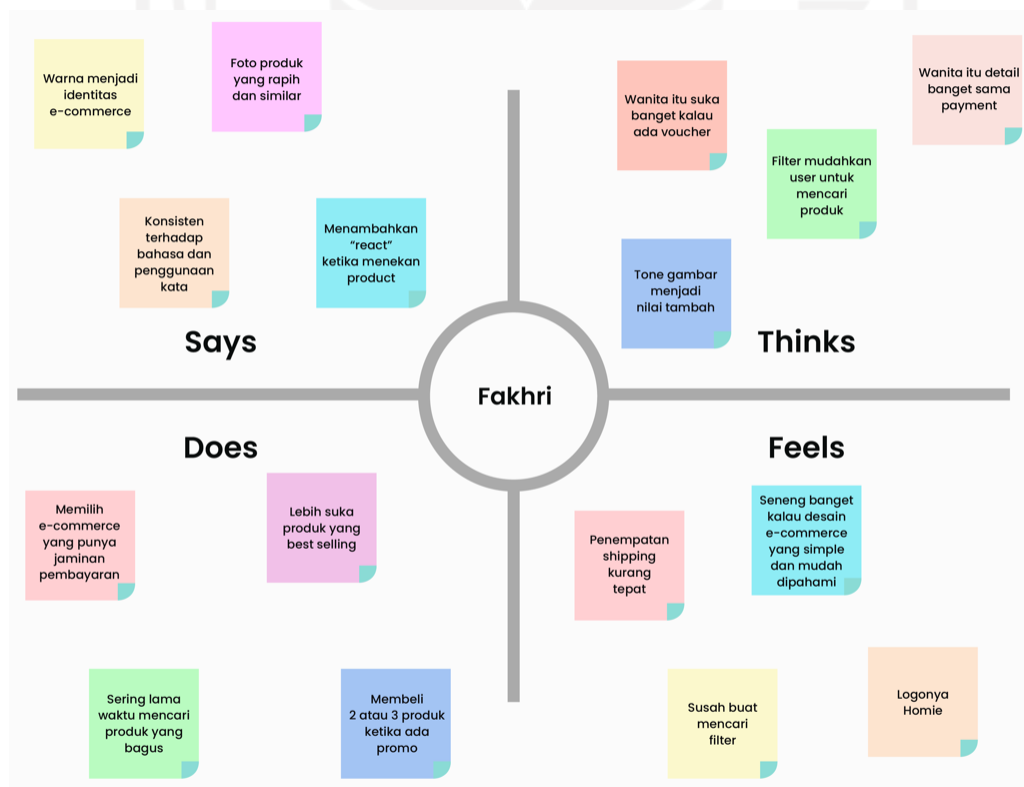
Setelah melakukan wawancara dengan *stakeholder* sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan, *hustler* dan *hipster* dapat menentukan inti permasalahan dari berbagai *stakeholder*. Tabel inti permasalahan dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.5 Daftar Inti Permasalahan

No	Inti Permasalahan
1	Para pengrajin ingin mengeksport produknya tapi tidak mengetahui caranya
2	Calon pengguna menginginkan platform yang dapat memasarkan produk kerajinan tangan asal Yogyakarta ke luar negeri
3	Pengrajin menginginkan sistem pembagian keuntungan yang adil
4	Calon pengguna menginginkan variasi produk
5	Calon pengguna menginginkan platform yang mudah digunakan (<i>user friendly</i> dan memiliki fitur-fitur yang mempermudah mereka dalam berbelanja)
6	Calon pengguna menginginkan keamanan saat berbelanja di <i>platform</i> tersebut

3.1.3 Empathy map

Empathy map adalah suatu alat pendekatan untuk membantu penelitian bagi penulis dengan memfokuskan dan memahami perilaku dan sikap pengguna. Setelah melakukan proses wawancara, penulis melakukan pemetaan dengan mengumpulkan pengalaman dari beberapa pengguna yang sudah di wawancarai. Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, *empathy map* dapat dibuat sebagai berikut:



Gambar 3.2 Empathy Map Fakhri



Gambar 3.3 Empathy Map Sailsa

3.2 Define

Pada tahap kedua pada *Design Thinking* adalah *Define*. Tahap ini penulis perlu membuat sebuah ide dalam permasalahan dan keinginan yang didapat dari proses *Empathy*. Dalam tahap ini penulis perlu membuat *Personas* dan mengetahui karakter calon pengguna saat menggunakan *website* penjualan *handicraft*.

3.2.1 Personas


Ketika sudah menyelesaikan tahap *Empathy* (wawancara hingga *empathy map*) hasil yang didapat akan diolah menjadi *personas*. Dari *Personas* tersebut, kemudian akan mengolah ide dan melakukan *brainstorming* dengan anggota tim untuk memprediksi kemungkinan terburuknya dan nantinya bisa memahami kebutuhan dan keinginan permasalahan dari pengguna, dengan begitu dapat menemukan solusi serta membuat fitur yang sesuai dengan keinginan pengguna agar menjadi solusi pemecahan permasalahan dari pengguna.

Dari *Personas* tersebut, akan diolah menjadi berbagai macam ide untuk memprediksi kemungkinan terburuknya dan nantinya bisa memahami kebutuhan dan keinginan permasalahan dari pengguna, dengan begitu dapat menemukan solusi serta membuat fitur yang

sesuai dengan keinginan pengguna agar menjadi solusi pemecahan permasalahan dari pengguna. Berikut *Personas* yang telah ditentukan:



Gambar 3.5 *Personas* Sydney

Fakhri	(alias)	
<ul style="list-style-type: none"> • Bio • Age • Activity 	<p>"Aku lebih percaya dengan E-commerce yang secara interaksi antara pelanggan dan admin"</p> <p>22 Tahun</p> <p>Pria muda Asia Tenggara yang senang sekali berteman dengan orang luar negeri.</p>	

Goals

- Live chat supaya membantu pembeli dalam proses pemesanan
- Ingin mengoleksi produk-produk yang estetik


Behavior

- Masih mempertimbangkan ongkos kirim antar negara

Fitur

- Tambahan pesan produk ketika ingin memborong
- pembayaran yang lebih terpercaya seperti master card dan visa

Gambar 3.6 *Personas Fakhri*

Ana	(alias)	
<ul style="list-style-type: none"> • Bio • Age • Activity 	<p>"Produk lokal yang di impor dari negara lain akan semakin tinggi nilai harganya. Apalagi untuk kerajinan tangan"</p> <p>19 Tahun</p> <p>Asli dan tinggal lama di Amerika dan senang sekali dengan produk-produk yang terkesan estetik</p>	

Goals

- Harga berapapun produk itu, akan dibeli bila memiliki nilai yang bagus
- Design tampilan akan dipertimbangkan dalam pemakaian

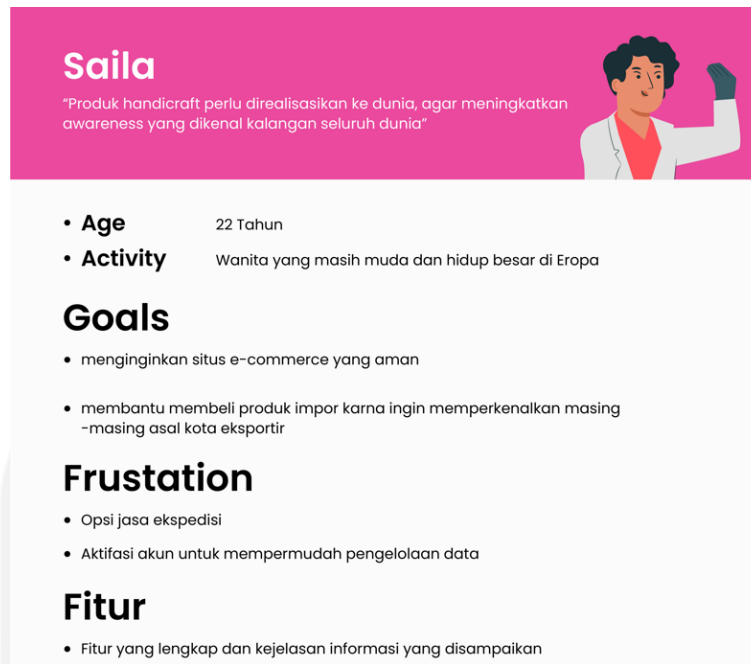
Behavior

- alur pemakaian e-commerce harus ramah alur pengguna
- Pengiriman produk yang lebih valid

Fitur

- E-commerce dan fitur yang up to date

Gambar 3.7 *Personas Ana*

Gambar 3.8 *Personas* Saila

Dari Gambar 3.4, Gambar 3.5, Gambar 3.6, Gambar 3.7 dan Gambar 3.8 dapat dilihat kemungkinan besar pengguna yang akan merasakan, pengalaman serta memberikan informasi dengan menyimpulkannya dalam bentuk *Personas*.

Setelah dilakukan pencarian dan menentukan kebutuhan *Personas* yang sesuai dengan permasalahan calon pengguna yang telah dilakukan dari tahap *Empathy*. Dari berbagai macam kebutuhan yang diperoleh dapat diklasifikasikan dari kebutuhan calon pengguna. Tabel 3.6 merupakan tabel klasifikasi permasalahan dan dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.6 Daftar Klarifikasi Permasalahan

No	Permasalahan	Klasifikasi
1	Para pengrajin ingin mengeksport produknya tapi tidak mengetahui caranya	Informasi yang akan dicantumkan dalam <i>website</i>
2	Calon pengguna menginginkan <i>platform</i> yang dapat memasarkan produk kerajinan tangan asal Yogyakarta ke luar negeri	
3	Calon pengguna menginginkan variasi produk	
4	Calon pengguna menginginkan <i>platform</i> yang mudah digunakan (<i>user friendly</i> dan fitur-fitur yang mempermudah mereka dalam berbelanja)	<i>Category</i> Fitur dan <i>User Flow</i>
5	Produk yang dijual dibagi menjadi berbagai kategori	
6	Kesulitan ketika memakai <i>e-commerce</i> lain dengan langkah atau alur serta fitur yang berbeda	
7	Calon pengguna menginginkan keamanan saat berbelanja di <i>platform</i> tersebut	Fitur pembayaran dan keamanan

3.3 Ideate

Pada tahap ini dilakukan *brainstorming* antara *hipster* dengan *hustler* untuk mencari dan menentukan solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan dari pengguna dengan membuat sebuah fitur sesuai dengan kebutuhan calon pengguna. Dari *brainstorming* yang telah dilakukan, solusi yang telah ditentukan oleh *hustler* akan menjadi data. Berikut Tabel 3.7 merupakan hasil solusi yang telah disusun menjadi tabel.

Tabel 3.7 Daftar Solusi Permasalahan

No	Permasalahan	Solusi
1	Para pengrajin ingin mengekspor produknya tapi tidak mengetahui caranya	Membuat halaman penjualan produk yang dapat membantu pengrajin untuk memasarkan produknya.
2	Calon pengguna menginginkan <i>platform</i> yang dapat memasarkan produk kerajinan tangan asal Yogyakarta ke luar negeri	
3	Calon pengguna menginginkan variasi produk	Memberikan banyak variasi produk kerajinan tangan ketika dipilih oleh pembeli yang isinya diberikan keterangan produk yang dipilih yang berisi gambar, deskripsi serta kelebihan dan kekurangan (dampak)
4	Calon pengguna menginginkan <i>platform</i> yang mudah digunakan (<i>user friendly</i> dan fitur-fitur yang mempermudah mereka dalam berbelanja)	Membuat alur <i>user flow</i> <i>User Experience</i> dengan baik agar mudah digunakan oleh pembeli
5	Kesulitan ketika memakai <i>e-commerce</i> lain dengan langkah atau alur serta fitur yang berbeda	
6	Produk yang dijual dibagi menjadi berbagai kategori	Membuat fitur kelas atau kategori pada pemilihan produk <i>handicraft</i>
7	Calon pengguna menginginkan keamanan saat berbelanja di <i>platform</i> tersebut	Membuat rancangan metode pembayaran yang aman dan meyakinkan kepada calon pembeli dengan perusahaan yang legal dan terdaftar di Indonesia

Dari tabel yang telah diperoleh maka dapat ditentukan dan dirancang fitur-fitur sesuai dengan solusi yang telah ditentukan. Fitur-fitur yang diberikan di dalam *website* JavaHands antara lain:

- Mencantumkan deskripsi produk diantaranya informasi harga, berat dan dimensi sehingga pembeli yakin dengan produk yang dipilih dan yang akan dibeli.
- Fitur *tracking* ketika produk yang telah dibeli dan telah dikirim dengan memberikan keterangan dan nomor resi.
- Fitur filter dan pengkategorian produk.
- Fitur riwayat pemesanan.
- Fitur review dan penilaian
- Fitur Chat admin jika pembeli ingin menanyakan sesuatu.

Dari daftar fitur yang telah ditentukan dan dirancang, dibutuhkan perancangan dalam pembuatannya oleh penulis dengan menggunakan *Site Map*, *User Flow* serta *Wireframe*.

3.3.1 *Site Map*

Site Map merupakan pengenalan kebutuhan apa saja ketika pengguna masuk ke dalam *website* JavaHands dan pembuatan *Site Map* menggunakan tools *Whimsical.com*. Berikut terdapat 4 (empat) gambar *Site Map* pada *website* JavaHands.

Site Map pada JavaHands

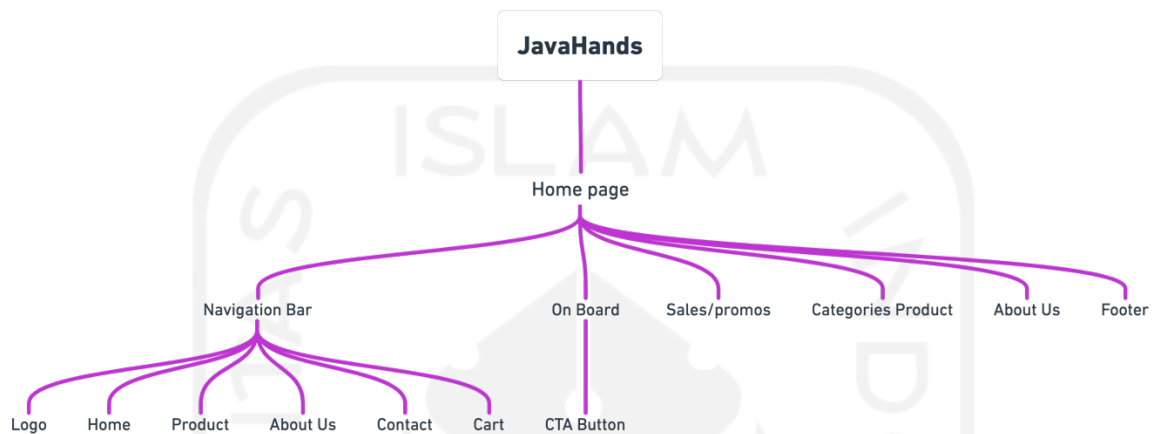
Site Map ini berisi pengenalan kebutuhan apa saja ketika pengguna masuk ke dalam *website* JavaHands. Berikut Gambar 3.9 *Site Map* Pada JavaHands.



Gambar 3.9 *Site Map* Pada JavaHands

Site Map Home Page pada JavaHands

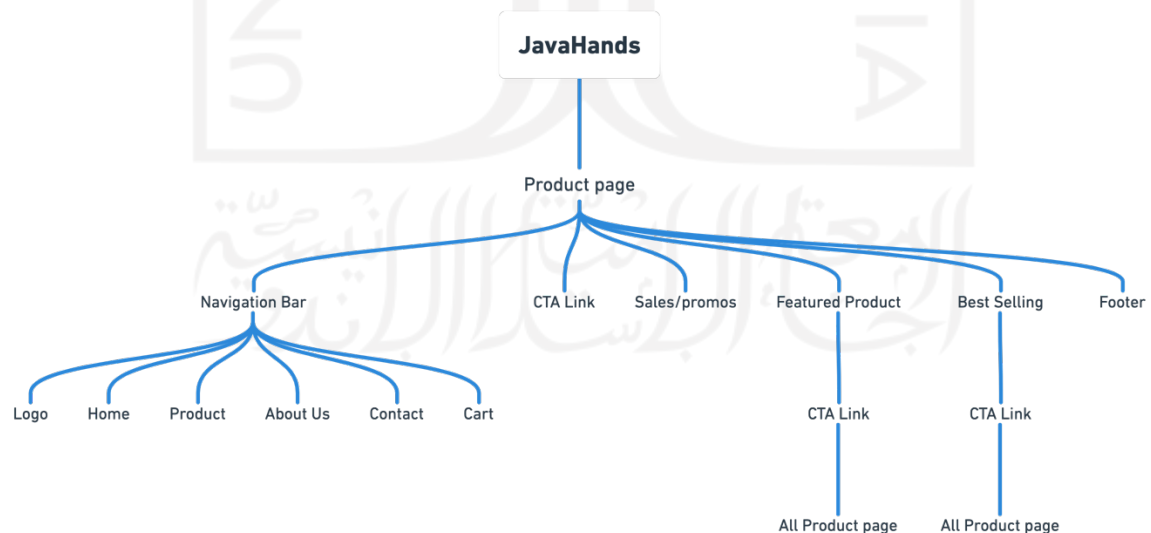
Site Map ini berisi pengenalan kebutuhan apa saja ketika pengguna masuk ke dalam *Home Page* pada *website* JavaHands. Berikut Gambar 3.10 *Site Map Home Page* Pada JavaHands.



Gambar 3.10 *Site Map Home Page* Pada JavaHands

Site Map Product Page pada JavaHands

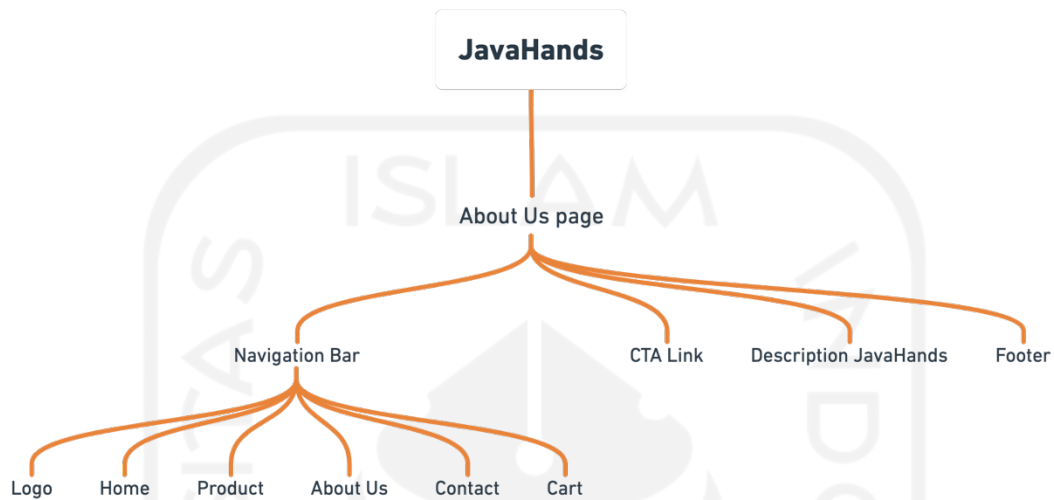
Site Map ini berisi pengenalan kebutuhan apa saja ketika pengguna masuk ke dalam *Product Page* pada *website* JavaHands. Berikut Gambar 3.11 *Site Map Product Page* Pada JavaHands.



Gambar 3.11 *Site Map Product Page* Pada JavaHands

Site Map About Us Page pada JavaHands

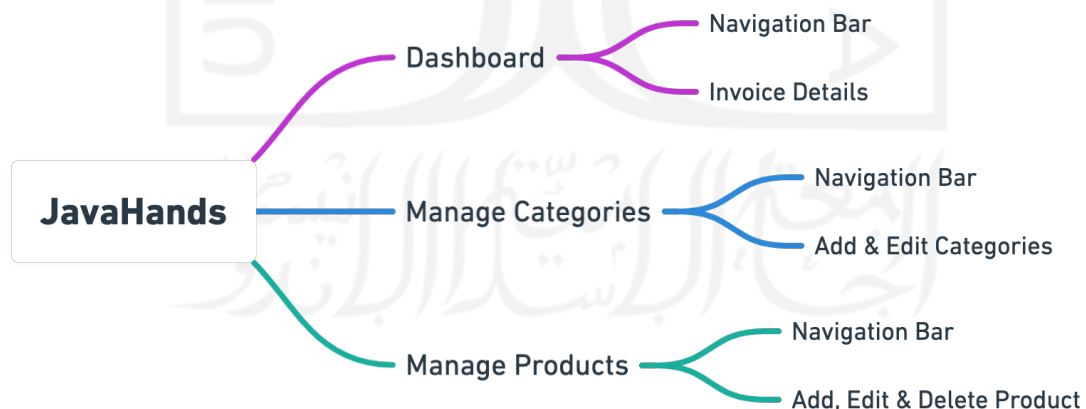
Site Map ini berisi pengenalan kebutuhan apa saja ketika pengguna masuk ke dalam *About Us Page* pada *website* JavaHands. Berikut Gambar 3.12 *Site Map About Us Page* Pada JavaHands.



Gambar 3.12 *Site Map About Us Page* Pada JavaHands

Site Map Dashboard pada Admin JavaHands

Site Map ini merupakan isi pengenalan kebutuhan apa saja ketika *admin* masuk ke dalam halaman *Dashboard Page* pada *website* JavaHands. Berikut Gambar 3.13 *Site Map Dashboard Page* Pada *Admin* JavaHands.



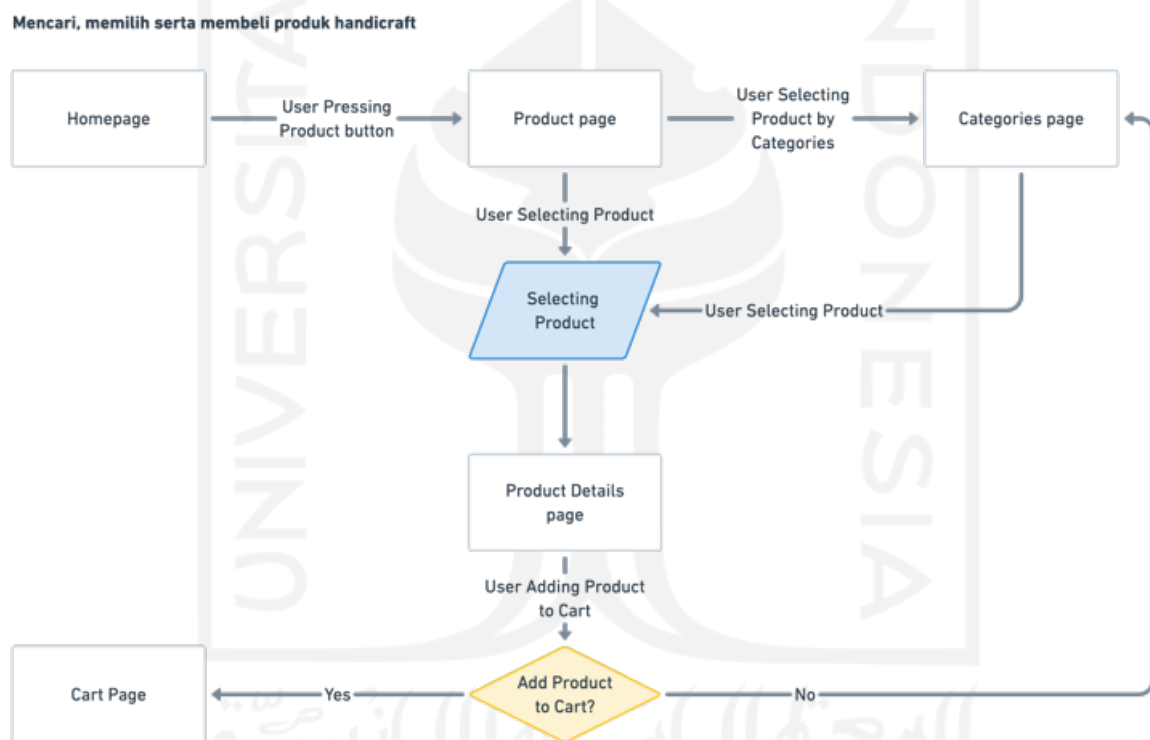
Gambar 3.13 *Site Map Dashboard* Pada JavaHands

3.3.2 User Flow

Sesuai dengan kebutuhan calon pengguna yang kesulitan ketika memakai *e-commerce* lain, perlu dibuat sebuah alur-alur atau *User Flow* yang tepat agar calon pengguna mudah untuk mencapai targetnya. Pembuatan *User Flow* menggunakan tools *Whimsical.com*.

User Flow Mencari, Memilih serta Membeli Produk *Handicraft*

User Flow ini menjelaskan alur-alur saat pengguna mencari, memilih hingga membeli suatu produk *handicraft* pada *website* sesuai tolok ukur yang diinginkan. Berikut Gambar 3.14 *User Flow* Mencari, Memilih serta Membeli Produk *Handicraft*.

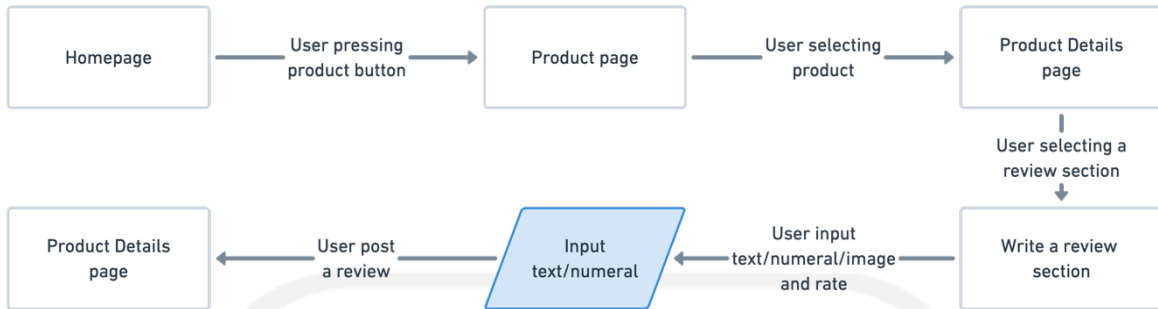


Gambar 3.14 *User Flow* Mencari, Memilih serta Membeli Produk *Handicraft*

User Flow Memberikan Ulasan dan Penilaian Pada Produk *Handicraft*

User Flow ini menjelaskan alur-alur saat pengguna ingin memberikan ulasan dan penilaian pada produk *handicraft* pada *website* sesuai tolok ukur yang diinginkan. Berikut Gambar 3.15 *User Flow* Memberikan Ulasan dan Penilaian Pada Produk *Handicraft*.

Memberikan ulasan dan penilaian pada produk handicraft

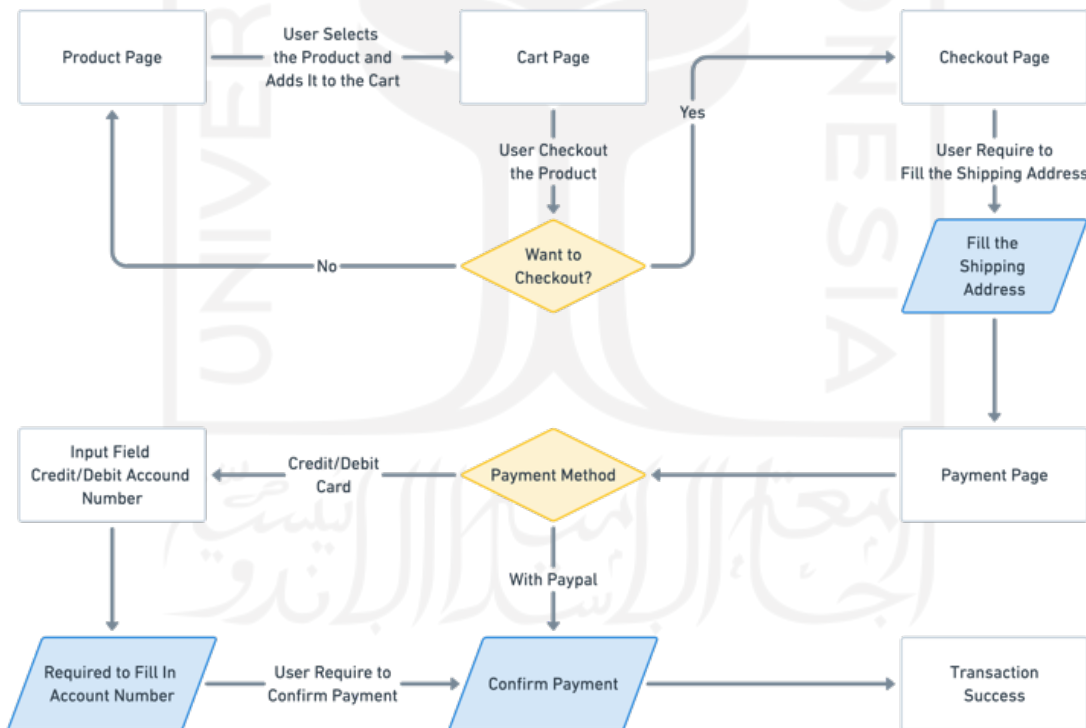


Gambar 3.15 *User Flow* Memberikan Ulasan dan Penilaian Pada Produk *Handicraft*

User Flow* Pembayaran dan Pengiriman Pada Produk *Handicraft

User Flow ini menjelaskan alur-alur saat pengguna ingin memberikan ulasan dan penilaian pada produk *handicraft* pada *website* sesuai tolok ukur yang diinginkan. Berikut Gambar 3.16 *User Flow* Pembayaran dan Pengiriman Pada Produk *Handicraft*.

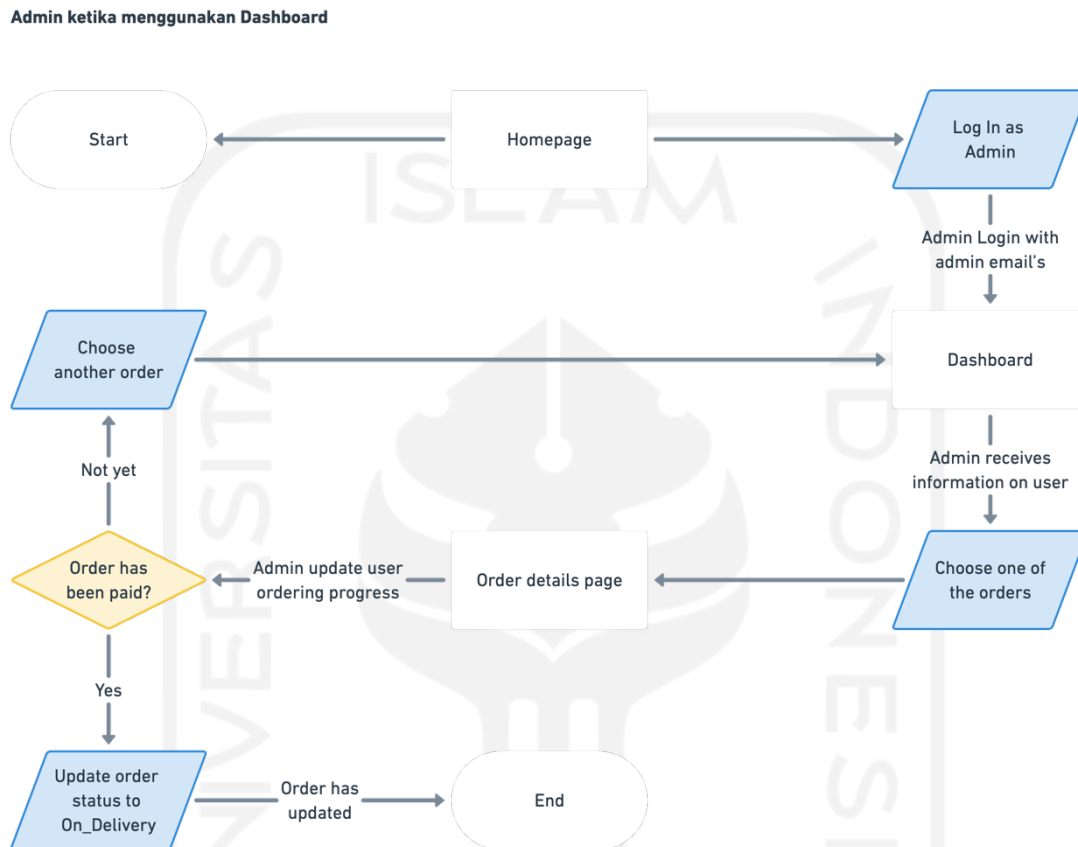
Pembayaran dan pengiriman dalam Cart Page



Gambar 3.16 *User Flow* Pembayaran dan Pengiriman Pada Produk *Handicraft*

User Flow Admin ketika menggunakan Dashboard JavaHands

User Flow ini menjelaskan alur-alur saat *admin* melihat atau memantau serta memperbarui pesanan *user* terhadap pembayaran dan pengirimannya. Berikut Gambar 3.17 User Flow Admin ketika menggunakan Dashboard Pada Dashboard JavaHands.



Gambar 3.17 User Flow Admin ketika menggunakan Dashboard JavaHands

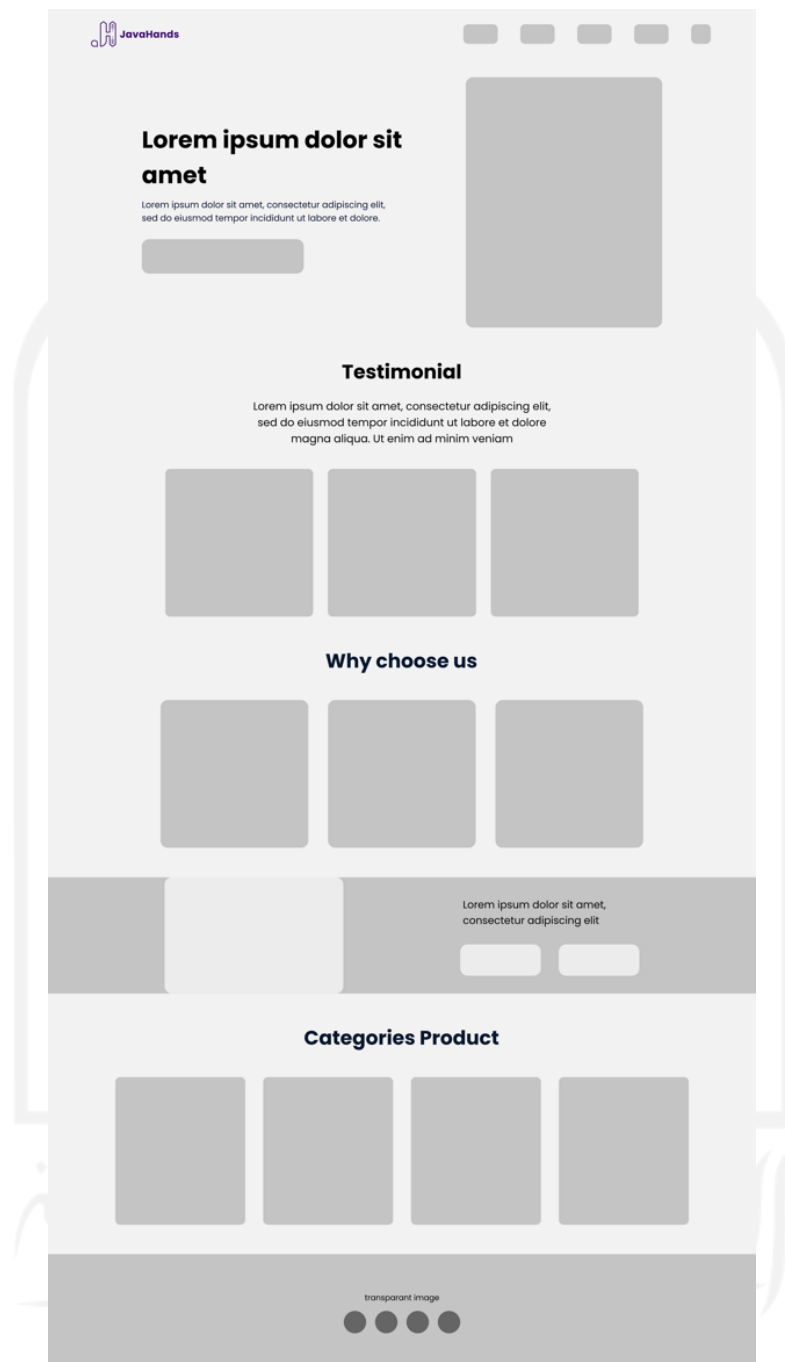
3.3.3 Wireframe

Pada tahap ini pembuatan *Wireframe* sesuai dengan *Site Map* dan alur *User Flow* yang telah dilakukan. Pembuatan *Wireframe* menggunakan tools *Figma.com*. Berikut beberapa tampilan *Wireframe website* JavaHands.

Wireframe Home Page

Pada halaman ini merupakan *Wireframe* pada halaman utama dari *website* JavaHands. Pada *Wireframe Home Page* terdapat berbagai fitur diantaranya *navigation* bar yang berisi 6 *CTA Button* yakni *logo*, *home*, *product*, *about us*, *contact* dan *cart*, *Onboard* yang didalamnya ada *CTA Button* untuk mencari produk *handicraft*, ulasan dari pembeli, deskripsi tentang

JavaHands, promo, dan kategori produk. Berikut tampilan halaman utama dapat dilihat pada Gambar 3.18 *Wireframe Home Page*.

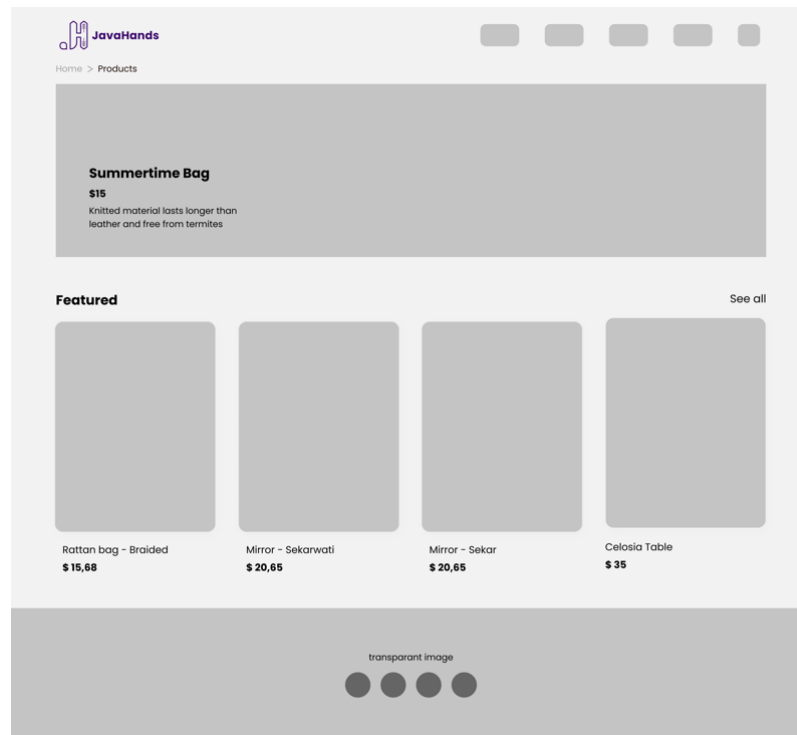


Gambar 3.18 *Wireframe Home Page*

Wireframe Product Page

Pada halaman ini merupakan *Wireframe* halaman daftar produk *handicraft* yang dijualkan dari *website* JavaHands. Pada *Wireframe Product Page* terdapat *navigation bar*, *onboard* yang berisi promo produk *handicraft*, dan fitur pemilihan produk *handicraft* berdasarkan produk yang paling banyak dibeli. Pada *Wireframe Product Page* terdapat fitur

categories class ketika menekan *CTA Link See All*. *CTA Link* bertujuan dapat membantu bagi para pembeli ketika ingin mengetahui produk yang dipilih termasuk dalam kelas kategori, serta didalamnya terdapat *filter Sorting* yang bisa dimanfaatkan untuk mencari produk sesuai dengan keinginan pembeli, mulai dari yang rincian harga, terbanyak dibeli hingga produk baru. Berikut tampilan halaman penjualan dapat dilihat pada Gambar 3.19 *Wireframe Product Page*.



Gambar 3.19 *Wireframe Product Page*

Wireframe About Us Page

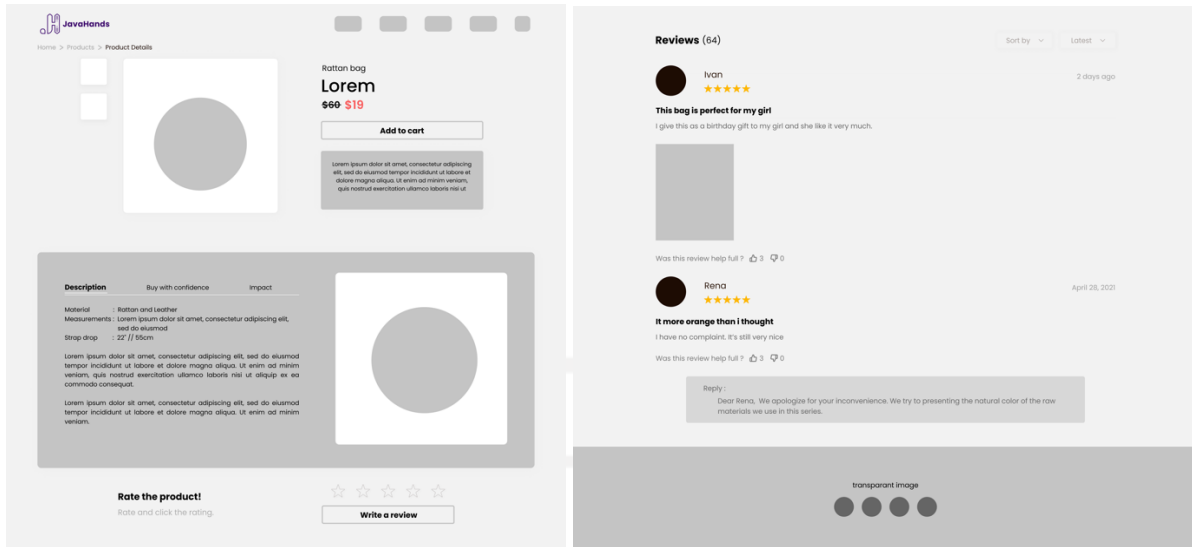
Pada halaman ini merupakan *Wireframe* halaman deskripsi tentang JavaHands. Di dalamnya akan dijelaskan yang berisi peran dan legalitas JavaHands kepada calon pembeli. Berikut tampilan halaman deskripsi dapat dilihat pada Gambar 3.20 *Wireframe About Us Page*.



Gambar 3.20 Wireframe About Us Page

Wireframe Product Details Page

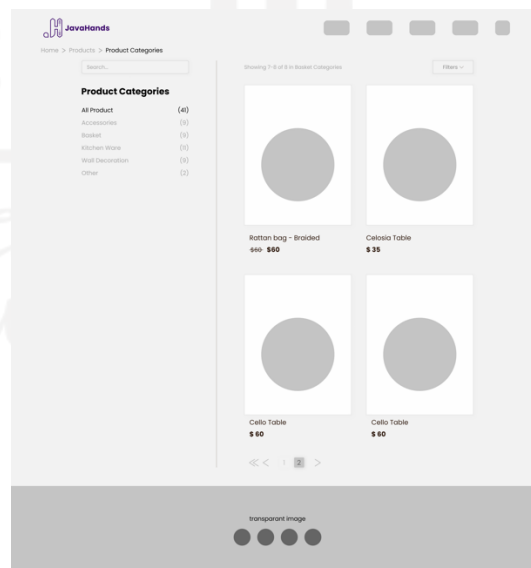
Pada halaman ini adalah merupakan *Wireframe* halaman rincian atau deskripsi produk *website* JavaHands sendiri. Pada *Wireframe Product Details Page* terdapat gambar produk, rincian nama dan harga dari produk yang ditampilkan, deskripsi produk dan ulasan dari berbagai pembeli lain serta untuk calon pembeli dapat menambah ulasan dan menilai terhadap produk tersebut. Berikut tampilan halaman rincian atau deskripsi produk dapat dilihat pada Gambar 3.21 *Wireframe Product Details Page*.



Gambar 3.21 Wireframe Product Details Page

Wireframe Categories Product Page

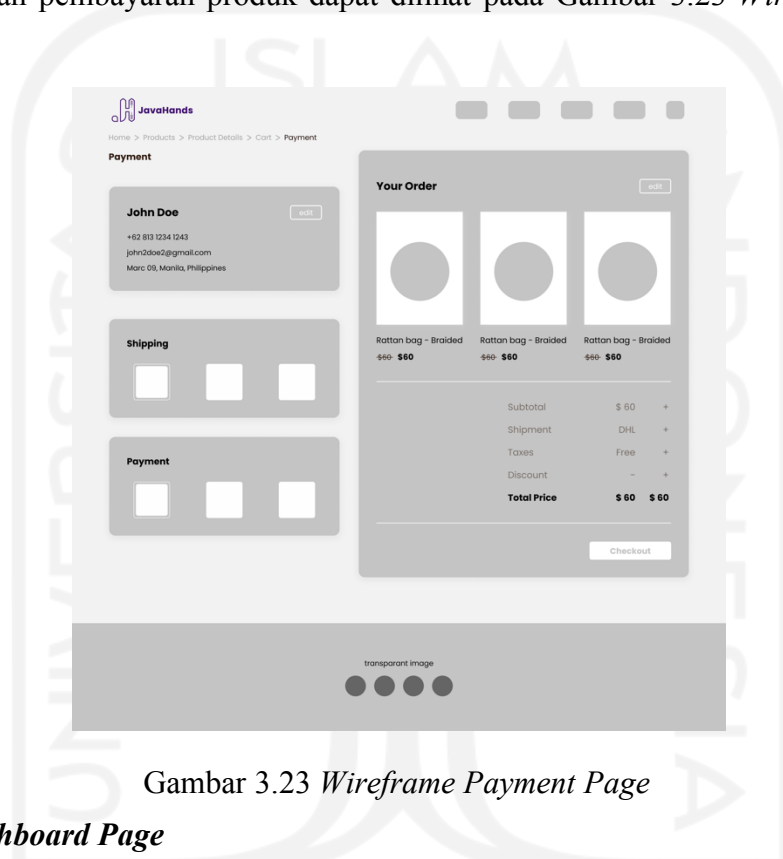
Pada halaman ini merupakan *Wireframe* halaman pembagian produk menurut kategori atau kelas yang disediakan dalam *website* JavaHands sendiri. Pada *Wireframe Categories Product Page* dapat ditemui melalui *Product Page* lalu memilih kategori produk pada CTA Link *See all*. Di dalamnya terdapat fitur kategori lain seperti aksesoris, keranjang, alat dapur, dekorasi dan lainnya serta menampilkan pilihan produk yang ingin di tambahkan pada *Cart Page*. Berikut tampilan halaman pembagian produk menurut kategori dapat dilihat pada Gambar 3.22 *Wireframe Categories Product Page*.



Gambar 3.22 Wireframe Categories Product Page

Wireframe Payment Page

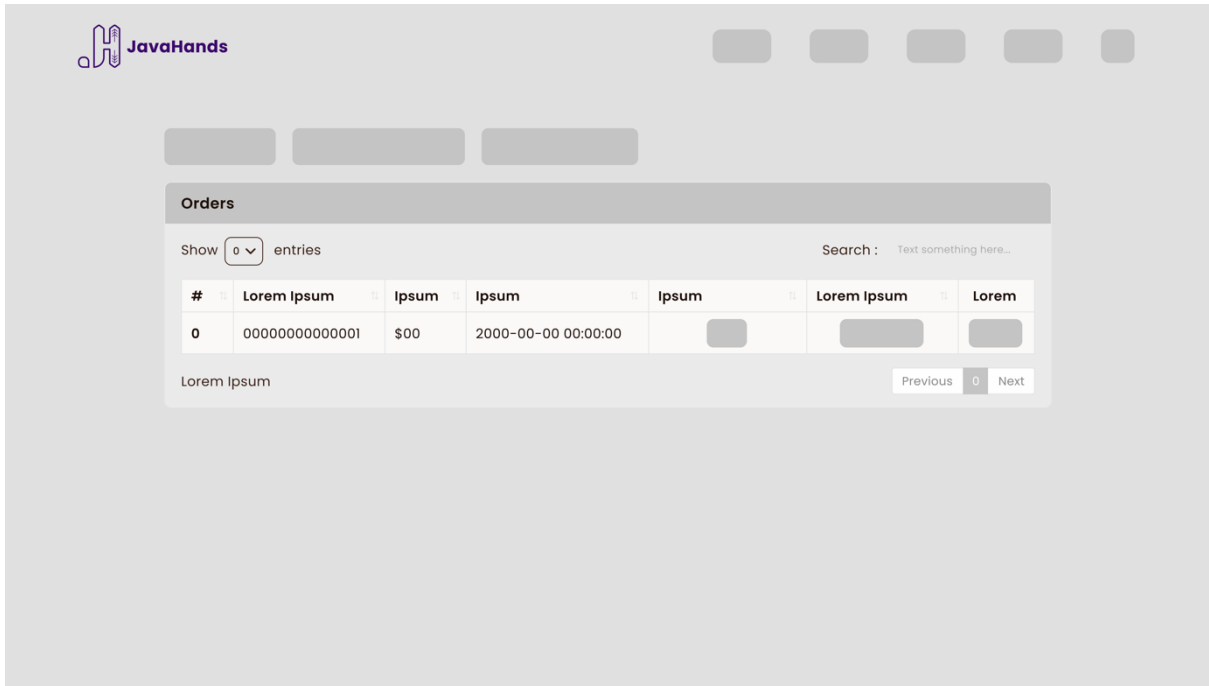
Pada halaman ini adalah *Wireframe* halaman pembayaran produk yang sudah dipilih pada *website* JavaHands sendiri. Pada *Wireframe Payment Page* terdapat fitur pengisian biodata yang berisi nama, nomer telepon serta alamat. Selain itu, terdapat fitur pemilihan *shipment*, *payment method* (melalui transaksi bank atau pembayaran elektronik lainnya), dan deskripsi produk yang sudah dipilih dan keterangan pembayaran yang wajib dituntaskan. Berikut tampilan halaman pembayaran produk dapat dilihat pada Gambar 3.23 *Wireframe Payment Page*.



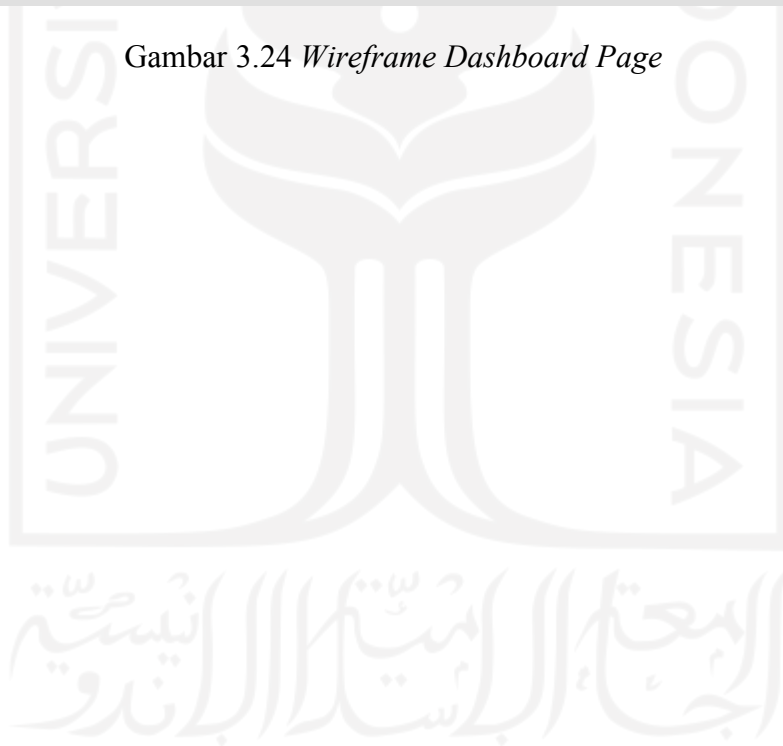
Gambar 3.23 *Wireframe Payment Page*

Wireframe Dashboard Page

Pada halaman ini adalah *Wireframe* halaman *Dashboard* yang digunakan oleh *admin* JavaHands. Di dalamnya terdapat *Navigation Bar* yang berisi *home*, *product*, *about*, serta *profile admin*. Setelahnya diberikan *CTA Button Dashboard*, *manage product*, dan *manage categories*. Dan yang terakhir diberikan informasi pesanan barang ketika pengguna telah memilih dan memasukan produknya ke dalam keranjang. Berikut tampilan *Wireframe* halaman *Dashboard* dapat dilihat pada Gambar 3.24 *Wireframe Dashboard Page*.



Gambar 3.24 Wireframe Dashboard Page



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

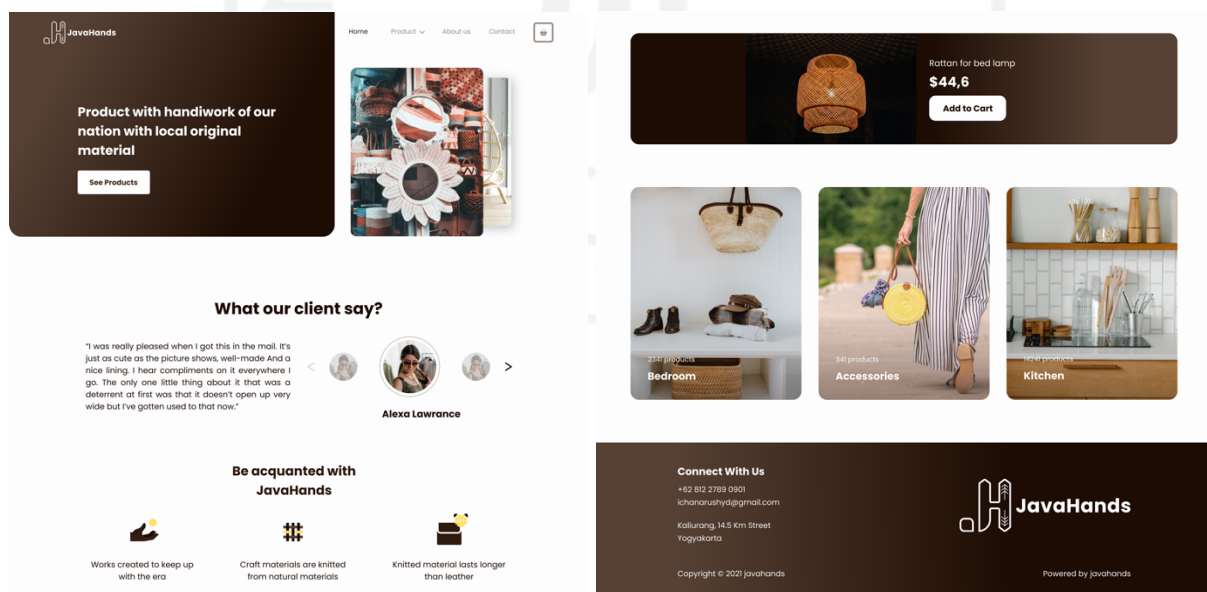
Pada bab ini berisi perancangan *prototype* dan *testing* dari hasil *empathy*, *define*, dan *ideate* yang sudah dilakukan sebelumnya. Tahap pertama yang dilakukan adalah perancangan *prototype* atau purwarupa. Setelah *prototype* sudah dirancang, tahap berikutnya adalah *testing* menggunakan *usability testing* kepada pengguna.

4.1 Prototype

Pada tahap ini *Wireframe* yang telah dibuat akan direalisasikan dalam bentuk purwarupa atau biasa disebut dengan *Prototype*. *Tools* yang digunakan adalah *Figma.com*. Berikut beberapa tampilan *Prototype website* JavaHands.

Prototype Home Page

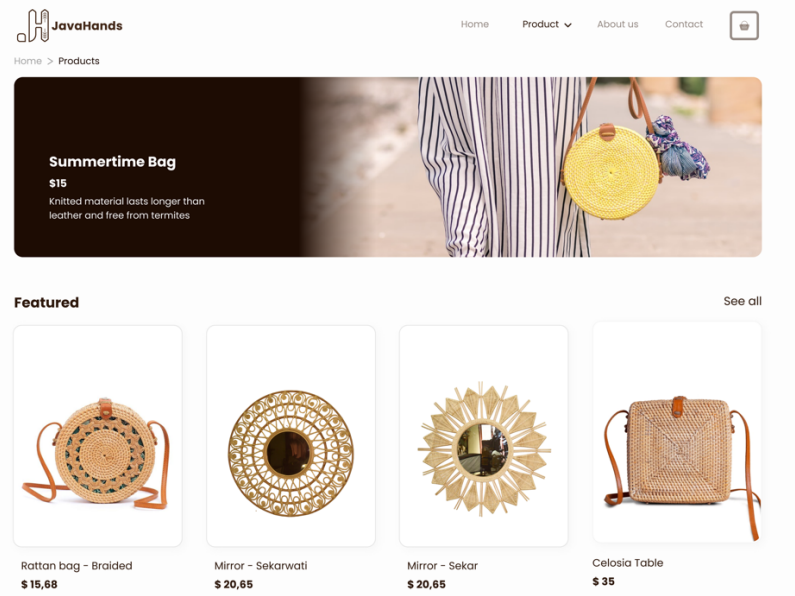
Pada halaman ini merupakan halaman utama dalam *website* JavaHands. Dalam halaman ini berisi berbagai fitur diantaranya *navigation bar* yang berisi 6 *CTA Button* yakni logo, *home*, *product*, *about us*, *contact* dan *cart*, *Onboard* yang didalamnya ada *CTA Button* untuk mencari produk *handicraft*, ulasan dari pembeli, deskripsi tentang JavaHands, promo, dan kategori produk. Berikut tampilan halaman utama dapat dilihat pada Gambar 4.1 *Prototype Home Page*.



Gambar 4.1 *Prototype Home Page*

Prototype Product Page

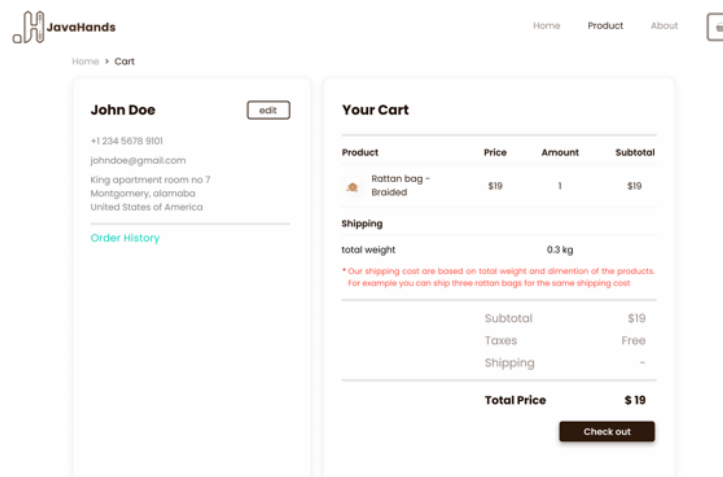
Pada halaman ini merupakan halaman produk terbaru *handicraft* yang ditampilkan pada *website* JavaHands. Pada halaman ini terdapat *Navigation Bar* yang serupa dengan halaman awal JavaHands, iklan atau promo produk yang dijual, serta *CTA Link See All* untuk membuka produk penjualan sesuai dengan kategori produk yang ingin dicari. Berikut tampilan halaman produk *handicraft* dapat dilihat pada Gambar 4.2 *Prototype Product Page*.



Gambar 4.2 *Prototype Product Page*

Prototype Cart & Checkout Page

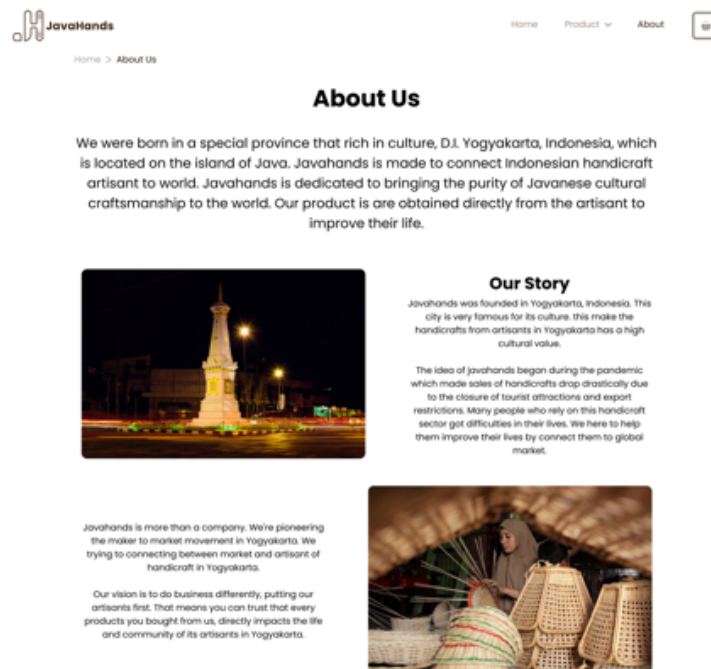
Pada halaman ini merupakan halaman isi keranjang produk *handicraft* dan tahap pembayaran yang ditampilkan pada *website* JavaHands. Pada halaman ini terdapat *Navigation Bar* yang serupa dengan halaman awal JavaHands. Lalu pada halaman *Cart & Checkout* JavaHands dibagi menjadi 2 kolom. Tujuan perancangan sebuah pembagian kolom agar memudahkan calon pengguna untuk merealisasikan *Prototype* tersebut. Pada kolom pertama terdapat keterangan profil calon pengguna yang ingin membayar, disisipkan *CTA Button Edit* jika calon pengguna ingin merubah keterangan profil. Pada kolom kedua terdapat pesanan calon pengguna yang telah dipilih, berikutnya kami menambahkan keterangan harga produk yang dipilih, pajak pengiriman produk, diskon serta total keseluruhan produk yang dipilih. Berikut tampilan halaman keranjang dan pembayaran dapat dilihat pada Gambar 4.3 *Prototype Cart & Checkout Page*.



Gambar 4.3 *Prototype Cart & Checkout Page*

Prototype About Us Page

Pada halaman ini merupakan halaman identitas atau deskripsi tentang JavaHands. Di dalamnya menjelaskan bahwa peran JavaHands untuk memaksimalkan ekspor produk kerajinan tangan yang akan berdampak terhadap meningkatnya kesejahteraan pengrajin kerajinan tangan. Berikut tampilan halaman *about us* dapat dilihat pada Gambar 4.4 *Prototype About Us Page*.

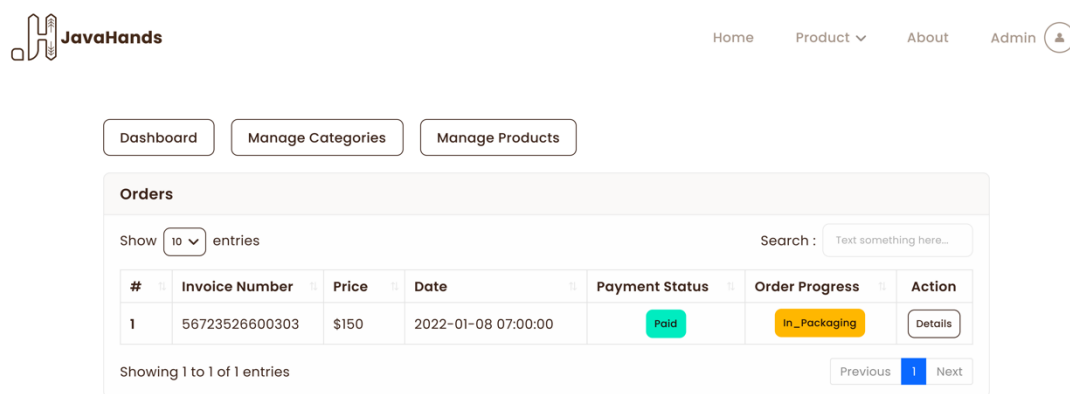


Gambar 4.4 *Prototype About Us Page*

Prototype Dashboard Page

Pada halaman ini adalah *Prototype* halaman *Dashboard* yang digunakan oleh *admin* JavaHands. Di dalamnya terdapat *Navigation Bar* yang berisi *home*, *product*, *about*, serta *profile admin*. Setelahnya diberikan *CTA Button Dashboard*, *Manage product* yang berfungsi untuk mengelola produk-produk penjualan JavaHands, dan *Manage Categories* yang berfungsi untuk mengelola kategori produk penjualan JavaHands. Dan yang terakhir diberikan informasi pesanan produk ketika pengguna telah memilih dan memasukan produknya ke dalam keranjang.

Perbedaan antara halaman pengguna dan halaman *admin* ialah ketika *admin* memasuki *website* JavaHands halaman yang ditampilkan langsung membuka halaman *Dashboard*, bukan halaman *Home Page*. Dan pada halaman *Dashboard* JavaHands hanya bisa digunakan atau dikelola oleh *admin* JavaHands dengan akun *admin*. Berikut merupakan tampilan halaman *Prototype Dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.5 *Prototype Dashboard* JavaHands.



Gambar 4.5 *Prototype Dashboard* Page

4.1.1 Analisis Komersial

Setelah *prototype* telah dirancang, diperlukan untuk melakukan analisis komersial dengan bertujuan untuk mengetahui kelayakan nilai jual *website* JavaHands bila dikomersialkan. Pada saat pengembangan ide bisnis JavaHands, *hustler* mengobservasi data ekspor kerajinan tangan Indonesia dengan mewawancarai calon pengguna saat *testing*. Hasil dari wawancara tersebut menyatakan bahwa ide bisnis JavaHands perlu direalisasikan, sebab mempermudah bagi calon pengguna ketika menginginkan produk kerajinan tangan asal Yogyakarta serta minat akan produk tersebut. Dengan ide bisnis JavaHands juga membantu para pengrajin kerajinan tangan karena membuka sebuah ide baru untuk mendistribusikan

produk mereka pada pasar luar negeri serta membangun kemakmuran bagi para pengrajin kerajinan tangan asal Yogyakarta.

Website JavaHands layak untuk dikomersialkan dan berikut beberapa alasannya:

- a. Adanya *website* JavaHands membantu para pengrajin untuk membuka pasar baru yaitu menjualkan produknya pada pasar luar negeri.
- b. JavaHands memberikan fitur pengkategorian produk kerajinan tangan, sehingga produk yang diberikan memiliki berbagai macam variasi yang dapat meningkatkan minat calon pengguna akan produk yang dijual.
- c. Tampilan *website* JavaHands memiliki alur penggunaannya yang baik dan mudah (*User Experience*) sebab dalam perancangannya dilakukan observasi terhadap pengalaman calon pengguna.
- d. *Website* JavaHands memiliki fitur yang mudah dipahami sehingga calon pengguna yang memakainya akan mudah menjalankannya, bahkan calon pengguna yang belum memiliki pengalaman menggunakannya.
- e. *Website* JavaHands memiliki alur transaksi yang mudah dipahami, sehingga calon pengguna yang belum memiliki pengalaman akan nyaman saat melakukan transaksi.

4.2 Testing

Setelah melakukan tahap *Prototype* dari observasi yang telah direalisasikan dalam bentuk *Ideate* hingga *Define*, hasil rancangan desain *User Experience* yang telah dirancang menjadi desain *Prototype* diuji coba oleh calon pengguna dari responden yang telah melalui tahap observasi.

Namun dalam tahap *Testing* tidak selalu menjadi ujung dari bagian perancangan. Hal ini dapat terjadi manakala pengujian *Prototype* yang dijalankan oleh pengguna terdapat pertimbangan terhadap desain serta fitur yang perlu diperbarui bahkan dibenahi atau diperbaiki. Untuk itu umpan balik sangat diperlukan bila desain *Prototype* memiliki kekurangan.

Pengujian dilakukan dengan pendekatan *Usability Testing* dan dilakukan *Task Scenarios* untuk perolehan data. Tabel 4.1 merupakan daftar dari beberapa *Task Scenarios* yang digunakan dalam *Testing* terhadap *Prototype website* JavaHands.

Tabel 4.1 Daftar *Task Scenarios*

No	Test Case	Deskripsi Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan	Nilai Minimal
1	Cari produk 'Rattan Bag – Braided' pada <i>Product Page</i>	Anda diminta untuk mencari produk dengan nama produk yang telah ditentukan pada judul. Anda dapat menemukannya dengan menekan tombol 'Product' pada <i>Navigation Bar</i>	Dapat menemukan produk yang diminta	75%
2	Cari produk 'Rattan Bag – Braided' pada <i>Product Page</i>	Anda diminta untuk mencari produk dengan nama produk yang telah ditentukan pada judul. Anda dapat menemukannya dengan menekan 'See Product' pada <i>Home Page Onboard</i>	Dapat menemukan produk yang diminta	
3	Tambahkan 'Rattan Bag – Braided' pada keranjang	Anda diminta untuk membeli produk dengan nama produk yang telah ditentukan pada judul. Anda dapat membelinya dengan menekan tombol 'Product' di <i>Navigation Bar</i> . Pastikan saat membelinya, tambahkan ke keranjang	Dapat memasukan produk ke keranjang	
4	Mencari produk lain	Anda telah diminta untuk mencari produk lain. Anda dapat menemukannya di <i>Product Page</i> dengan menekan <i>Link 'See All'</i>	Dapat mencari produk lain	
5	Ingin lebih tahu tentang JavaHands	Jika anda ingin mengetahui tentang JavaHands, <i>handicraft</i> atau yang lainnya, anda dapat menemukannya di 'About Page'	Dapat mencapai ke halaman <i>About Page</i>	
6	Memberikan ulasan dan penilaian pada produk 'Rattan Bag – Braided'	Anda dapat memberikan ulasan dan penilaian untuk produk dengan memilih produk terlebih dahulu	Dapat memberikan ulasan dan penilaian	
7	Membeli produk 'Rattan Bag – Braided' dengan pembayaran kartu kredit	Anda ingin membeli produk 'Rattan Bag – Braided' dengan metode kartu kredit. Setelah menambahkan produk ke keranjang, anda harus melalui beberapa fase terlebih dahulu	Dapat membeli produk dengan cara pembayaran kartu kredit	

4.2.1 Usability Testing

Terdapat indikator yang ditekankan saat melakukan pengujian menggunakan *Usability Testing*. Efektifitas, efisiensi, akurasi serta *user friendly* merupakan indikator dalam pengujian. Hal yang menjadi tolak ukur pada efektifitas adalah mudah digunakan, mudah dalam mencapai target serta hasil yang diharapkan. Hal yang menjadi tolak ukur pada efisiensi adalah rentang waktu yang sesuai serta tujuan cara penyelesaiannya. Hal yang menjadi tolak ukur pada akurasi adalah informasi yang disampaikan mencapai target dan tepat serta hasil yang ingin dicapai hampir mendekati atau berhasil. Hal yang menjadi tolak ukur pada *user friendly* adalah alur yang mudah digunakan terhadap *User Flow website* itu sendiri. *Tools* yang digunakan untuk melakukan *Usability Testing* adalah *Maze.co*. Dan berikut merupakan tabel hasil yang diperoleh saat melakukan pengujian kepada 5 *user* sesuai dengan *Task Scenarios*.

Tabel 4.2 Hasil Indikator *Usability Testing*

<i>User</i>	Jenis Kelamin	Usia	Indikator Pengujian			
			Efektifitas	Efisiensi	Akurasi	<i>User Friendly</i>
Ana	Perempuan	19	3	4	3	3
Saila	Perempuan	22	5	5	5	5
Fakhri	Laki-laki	22	5	5	5	5
Fachru	Laki-laki	22	4	4	5	5
Surya	Laki-laki	23	4	5	3	5
Total			21	23	21	23

Indikator yang telah diuji oleh pengguna dapat dihitung nilai *Usability* dengan menggunakan nilai yang telah diperoleh pada Tabel 4.2 ke dalam parameter yang telah dirumuskan dengan parameter (2.1). Berikut hasil dari setiap indikator dengan parameter.

a. Indikator efektivitas

$$Usability\ efektivitas = \frac{\text{Jumlah skor indikator efektivitas}}{\text{Skor maksimum indikator efektivitas}} \cdot 100\% \quad (4.1)$$

$$Usability\ efektivitas = \frac{21}{25} \cdot 100\%$$

Usability efektivitas = 84%

b. Indikator efisiensi

$$Usability\ efisiensi = \frac{\text{Jumlah skor indikator efisiensi}}{\text{Skor maksimum indikator efisiensi}} \cdot 100\% \quad (4.2)$$

$$Usability\ efisiensi = \frac{23}{25} \cdot 100\%$$

Usability efisiensi = 92%

c. Indikator akurasi

$$Usability\ akurasi = \frac{\text{Jumlah skor indikator efektivitas}}{\text{Skor maksimum indikator efektivitas}} \cdot 100\% \quad (4.3)$$

$$Usability\ akurasi = \frac{21}{25} \cdot 100\%$$

Usability akurasi = 84%

d. Indikator *user friendly*

$$Usability\ user\ friendly = \frac{\text{Jumlah skor indikator } user\ friendly}{\text{Skor maksimum indikator } user\ friendly} \cdot 100\% \quad (4.4)$$

$$Usability\ user\ friendly = \frac{23}{25} \cdot 100\%$$

Usability user friendly = 92%

Indikator yang telah diperoleh menggunakan parameter, maka akumulasi dari *likert scale* dapat ditentukan bila nilai pengujian dapat diterima lebih dari atau sama dengan 75%. Dengan begitu *website* JavaHands dapat diterima dengan hasil nilai yang baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan *User Experience* pada *website* JavaHands dengan pendekatan *Design Thinking*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perancangan *User Experience* pada *website* JavaHands dengan pendekatan *Design Thinking* sangat memudahkan bagi penulis dan tim dalam pembuatannya karena *website* yang dirancang sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan *user* secara langsung. Sehingga kebutuhan fitur dan informasi yang direalisasikan dapat disampaikan dengan jelas dan tepat.
2. Pengujian usabilitas dengan metode *Usability Testing* sangat membantu dalam perancangan *website* JavaHands dengan dibuktikan hasil yang baik dan kualitas yang didasari oleh indikator.

5.2 Saran

Dalam perancangan *website* JavaHands masih memiliki kelemahan yang ditemukan. Untuk itu beberapa hal yang perlu dibenahi adalah sebagai berikut:

1. Untuk penjualan produk kerajinan tangan tidak hanya pada kota Yogyakarta saja, namun pada disetiap kota yang memiliki kerajinan tangan masing-masing. Sehingga JavaHands benar-benar menjadi penghubung antara para pengrajin kerajinan tangan dengan seluruh dunia.
2. Merancang *prototype* untuk versi *mobile*. Sehingga rancangan *website* bisa digunakan lebih ramah dan menarik untuk segala *platform*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, 0(0).
<https://journal.uui.ac.id/Snati/article/view/8457>
- Arif, A., & Mukti, Y. (2017). Rancang Bangun Website Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 8 Kota Pagar Alam. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 8(03), 156–165.
<https://doi.org/10.36050/betrik.v8i03.76>
- Ferreira, B., Silva, W., Oliveira, E., & Conte, T. (2015). Designing personas with empathy map. *Proceedings of the International Conference on Software Engineering and Knowledge Engineering, SEKE, 2015-Janua(May)*, 501–505.
<https://doi.org/10.18293/SEKE2015-152>
- Galuh, H., Industri, F. T., & Indonesia, U. I. (2018). *User Experience Pada Desain Aplikasi Booking Personal Photographer Dengan Penerapan Ux Heuristic Principles Heuristic Principles*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10329>
- Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 6(1), 69–78.
<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/article/view/3582>
- Hidayat, W., Ranius, A. Y., Ependi, U., Universitas, D., Darma, B., Universitas, M., Jenderal, J., Yani, A., & 12 Palembang, N. (n.d.). *Penerapan Metode Usability Testing Pada Evaluasi Situs Web Pemerintahan Kota Prabumulih*. Retrieved December 28, 2021, from <http://kotaprabumulih.go.id>
- International Trade Center. (2021). *Trade Map - List of importing markets for a product exported by Peru [Online]*. Trade Statistics for International Business Development.
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7C4601%7C%7C%7C4%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1
- Manhas, J. (2014). Comparative Study of Website Sitemap Feature as Design Issue in Various Websites. *International Journal of Engineering and Manufacturing*, 4(3), 22–28.
<https://doi.org/10.5815/ijem.2014.03.03>

- Mega, F. R. R. (2003). Pusat Informasi Kebudayaan Di Yogyakarta. *UII*, 71 pages.
- Miaskiewicz, T., & Kozar, K. A. (2011). Personas and user-centered design: How can personas benefit product design processes? *Design Studies*, 32(5), 417–430. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.03.003>
- MUHARAM, M. (2021). *Penerapan User-Centered Design Dalam Pengembangan Sistem Informasi Pendaftaran Wisuda Dan Arsip Alumni*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/34390>
- Musyawir, M. (2019). Penyimpangan Prinsip Kesantunan Berbahasa Dalam Interaksi Belajar-Mengajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Panca Rijang Sindereng Rappang [The Deviations of Language Politeness Principle in Learning-Teaching Interaction in Bahasa Indonesia of. *Totobuang*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.26499/ttbng.v7i1.104>
- Novreza Ridwansyah. (2018a). *Desain Interaksi Aplikasi Go Tawangmangu (GoTW) untuk Perkiraan Kunjungan Wisatawan dengan Metode Hartson-Pyla*.
- Novreza Ridwansyah, 14523243. (2018b). *Desain Interaksi Aplikasi Go Tawangmangu (GOTW) Untuk Perkiraan Kunjungan Wisatawan Dengan Metode Hartson-Pyla*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/12429>
- Prabowo, F. S. (2020). *Perancangan Dan Pembuatan Transformable Furniture Dengan Menggunakan Design Thinking*. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/23996>
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 219. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1549>
- Sabandar, V. P., & Santoso, H. B. (2018). Evaluasi Aplikasi Media Pembelajaran Statistika Dasar Menggunakan Metode Usability Testing. *Teknika*, 7(1), 50–59. <https://doi.org/10.34148/TEKNIKA.V7I1.81>
- Sumanto, S., Gipayana, M., & Rumidjan, R. (2017). Ragam Teknik Dan Bahan Kerajinan Tangan Sebagai Sumber Belajar Seni Budaya Dan Prakarya Sekolah Dasar. *Sekolah Dasar: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan*, 26(1), 30–38. <https://doi.org/10.17977/um009v26i12017p030>
- Sutanto, R. P. (2018). Studi Kasus Website Gramedia sebagai Media Online untuk Membeli Buku. *Nirmana*, 17(1), 37. <https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.37-41>

- Wandah, W., & Rahina, N. (2018). Desain Antarmuka (User Interface) Pada Game Edukasi. *Jurnal Imajinasi*, XII(2), 57–64. <https://doi.org/10.15294/IMAJINASI.V12I2.17472>
- Winarsih, N. A. S., & Kurniawan, P. H. M. D. (2020). Penerapan User-Centered Design pada Sistem Informasi Dewan Masjid Indonesia (DMI) Kota Semarang Berbasis Web untuk Mengelola Potensi Masjid Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Komputer*, 8(1), 1–8.
- Yunus, A. (2014). Perancangan Desain User Interface Pada Aplikasi Siakad Dengan Menggunakan Metode User Centered Design. *User Interface*, 1, 95. <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3143/1/14410100068-2018-STIKOMSURABAYA.pdf>



LAMPIRAN

